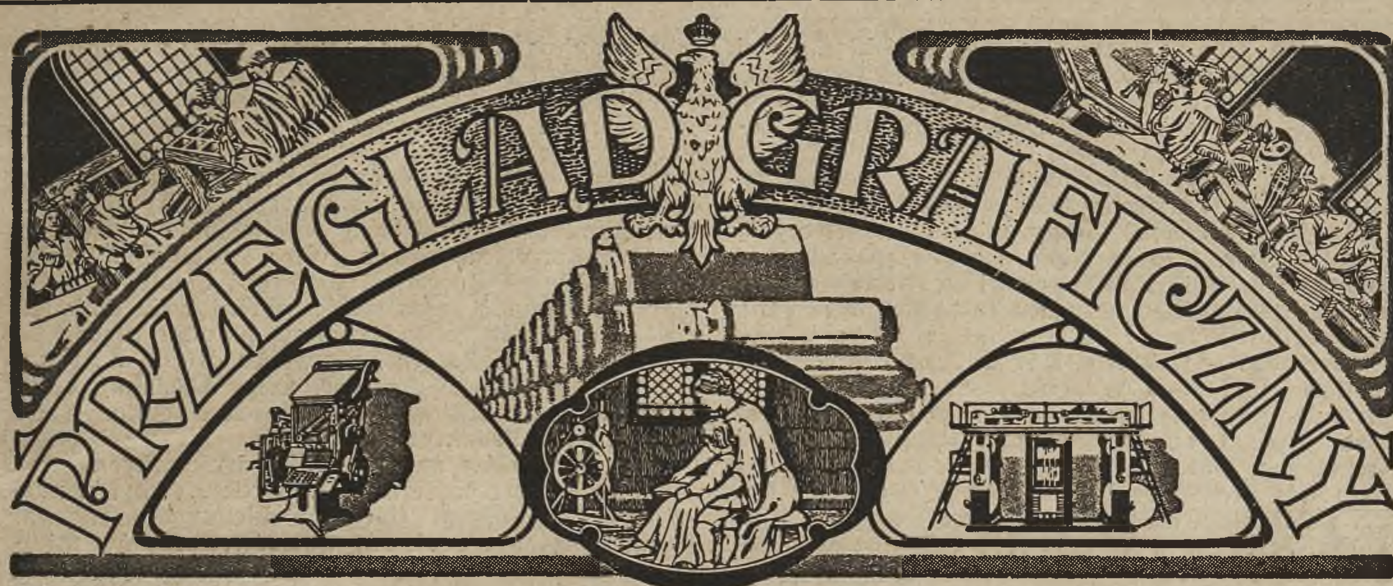
Nr. 18. Poznań, dnia 30 kwietnia 1927. Rocznik 8.



Organ Związku Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Polskę Zachodnią z siedzibą w Poznaniu.
Ceny ogłoszeń i przedpłaty znajdują się na stronie ostatniej.
Telefon 2555 — Administracja i Redakcja: Poznań, Stary Rynek 4 — P. K. O. 202868

Przemysł graficzny i papierniczy.

Drukarstwo, wynalezione z końcem połowy XV. wieku, rozszerza się dopiero od roku 1562, kiedy po zburzeniu Moguncji przez arcybiskupa Adolfa z Nassau, uczniowie i pracownicy samego wynalazcy rozeszli się po świecie, zakładając najprzód w najbliższych, a następnie dalszych miastach własne oficyny. Poza granicami Niemiec pierwsza drukarnia powstała pod Rzymem — w Subiaco, w roku 1464. Jak na owe czasy, wcale szybko przedostawało się w tajemnicy często dalej utrzymywane drukarstwo do innych krajów, więc do Francji w r. 1470, do Holandji 1473, do Anglji 1474, do Czech 1475, do Danji 1482, do Szwecji 1483.

W Polsce zachowało się bardzo mało materjału, tyczącego pierwszych polskich drukarzy. Na podstawie jednakże zachowanych druków i archiwaljów ustalono, że Kraków posiadał już w roku 1473 drukarnię, więc Polsce przypada prawdopodobnie trzecie, a napewno czwarte miejsce wśród krajów, do których drukarstwo z Niemiec najpierw przybyło. Z okresu tego zachowało nam się niewiele druków, więc tylko kalendarz z r. 1474, następnie dzieło Turreczematy „Explanativ in psalterium“ i „Omnes libri“ św. Augustyna. Do roku 1491 innych okazów drukarstwa nie posiadamy. Nie mogłoby to jednakże świadczyć, by po pierwszych próbach drukarstwo krakowskie zamarło. W archiwach miasta Krakowa spotykamy się nadal z nazwiskami drukarzy i to działających, więc Jan Kriger i Jan Pepelaw w roku 1480 mają przed sądem miejskim proces ze swemi pracownikami Pawłem i Albertem — prawdopodobnie pierwszy zatarg taryfowy w drukarstwie polskiem. W tymże czasie akta przekazują nam nazwisko Kaspra z Bawarji, prawdopodobnie Hochfedera.

Trudno przypuścić, by w tym czasie nie rozwijało się drukarstwo w Krakowie, który był wówczas jakby oświatową metropolją północy, w której pod rządami mądrego króla Zygmunta Starego, znajdowali schronienie wielcy uczeni Włoch, a naukę i opiekę młodzież wszystkich narodów słowiańskich, oraz narodów sąsiednich. O rozwoju drukarstwa polskiego świadczyć może fakt, że w okresie tym spotykamy już drukarzy Polaków w odległej zagranicy, jak np. Adama Polaka w Sewilli. W r. 1479 zaczyna na terytorjum Krakowa działać Świętopełk Fied Byton, z zawodu hafciarz, lecz jako ruchliwy przedsiębiorca pracuje i nad odwadnianiem kopalń olkuskich, a w r. 1491 wydaje cztery pokaźne dzieła cerkiewno-słowiańskie, pierwsze z gdziekolwiek drukowanych. Druk dzieł cerkiewnych w katolickim Krakowie świadczy, że drukarstwo musiało tu już dobrze być zakorzenione. Ząb czasu, wojny, pożary, a wreszcie zużycie sprawiły, że z okresu tego innych śladów drukarstwa nie posiadamy.

Do rozkwitu dochodzi drukarstwo w Polsce w XVI. wieku. Centralą jego był nadal Kraków. Działają tutaj drukarnie: Jana Hallera, Florjana Unglera, Wolfganga Lerna, Hieronima Wietora, Macieja Scharffenbergera, Łazarza Andrysowicza, Jana i Pawła Heliczów, „Hebrajska“, Mateusza i Jakóba Siebeneycherów, Jakóba Siebeneychera (po Heliczach), Marka Szarffenbergera, Hieronima Szarffenbergera, Łazarzowa, Aronowicza Izaka (żydowska), Macieja Wierzbięty, Stanisława Szarffenbergera i Mikołaja Szarffenbergera.

Ale nietylko Kraków posiadał w XVI. wieku drukarnie. Był to złoty wiek literatury naszej, okres spokoju, rozwoju nauk, więc drukarstwo z Krakowa szybko rozchodzi się po całej Polsce. Z kolei więc powstają drukarnie: w r. 1526 w Poznaniu Jana z Sącza (wędrowna), 1543 we Lwowie Bernata Macieja, 1554, w Chełmie Szarffenbergera Kaspra, w Pinczowie 1556 r. Daniela z Łęczycy, w r. 1558 Braci Czeskich w Szamotułach pod protektoratem wojewody Górki, 1559 „Radziwiłłowska“ w Brześciu, 1560 arjańska we wsi Łuskawice (pod Krakowem), 1560 w Pułtusku

Korneljusza, 1561 w Koźminku, woj. kaliskie, „Braci Czeskich“, 1561 w Łaszczowie Piotrowczyka Jędrzeja, 1561 w Nieświeżu założona przez Kaweczyńskiego, od r. 1565—1858 w Gorlicach „Wierlinga“, 1560 w Łowiczu „Prymasowska“, 1567 w Mogilanach Spytka z Melsztyna, 1568 w Zabłudowie, 1568 w Toruniu założona przez Wurffschaufelda, przechodząca następnie jako własność „Rady miasta“ w wieczystą dzierżawę, w r. 1570 w Węgrowie „Arjańska“ przeniesiona z Łusławic, 1573 Fedorowicza Iwana we Lwowie, 1576 „Arjańska“ w Łucku założona przez Jana Kiszkę, 1576 w Wilnie Lwa Mamonicza, 1577 arjańska A. Rodeckiego w Rakowie, 1577 w Poznaniu Neringa Melchiora, 1578 Jana Wdraba w Poznaniu, 1578 M. Szarffenbergera w Warszawie, 1580 w Ostrorogu, założona przez Iwana Tiedorowa, własność księcia Ostrogskiego, 1581 w Słucku „Reformowanych“, 1581 we Lwowie Szczerbica Pawła, 1581 w Grodzisku Neringa z Poznania, 1583 Witkowskiego Kaspra w Wilnie, 1586 Jezuitów w Wilnie, 1590 Coteniusza w Toruniu, 1592 w Wilnie Wolana Jędrzeja, następnie Markowicza Jakóba, 1592 Garwolczyka Macieja z Krakowa we Lwowie, 1593 założona przez Kanclerza Zamoyskiego w Zamościu, 1594 Wolbramczyka w Wilnie i 1596 Bractwa św. Ducha, 1597 w Nowym Wereszczynie, 1598 Małachowicza w Wilnie, 1599 Birhusa Jakóba w Braniewie, 1600 we Lwowie Pawła Żelazo i Soltzera w Wilnie.

Zestawienie to małoby jeszcze za siebie mówiło, wystarczy jednakże jak przytoczymy, że w XVI. wieku wyszło w Polsce, według zresztą już dziś nieścisłego obliczenia Estrejchera, przeszło 10 000 książek. Ciekawego zestawienia dokonał p. K. Piekarski w pracy „Memorjał o papierni prądnickiej“, tyczącego ruchu w 4 najpoważniejszych drukarniach krakowskich od r. 1503—1550. Są to drukarnie Hallera, Unglera, Wietora i Szarffenbergerów. Wytłoczyły one dzieł: Haller 3 570 arkuszy, Ungler 1 650 ark., Wietor 2 430 ark., Szarffenbergowie 1 650 ark., razem więc 9 300 ark. Obliczenie to obejmuje jednakże tylko dzieła znane Estrejcherowi i Wierzbowskiemu, by osięgnąć przybliżony a i wiarogodny rzut oka na produkcję ówczesną krakowską, trzeba ją o 50% pomnożyć, co daje cyfrę około 15 000 ark. Przyjmując, że dzieła drukowano w tym czasie w nakładzie 600 egz., otrzymujemy 9 miljonów zadrukowanych w pierwszej połowie XVI. wieku arkuszy dziełowych. Drukarze polscy XV. wieku rekrutowali się z różnych sfer. Byli przemysłowcami i kupcami, którzy w drukarstwie widzieli dobry interes, byli księgarze i introligatorzy, uczeni, wreszcie drukarnie zakładali magnaci a nawet i drobniejsza szlachta. Pod względem społecznym tak różnorodni, nie tworzyli drukarze polscy, jak inne rzemiosła, cechów czy korporacyj, często drukarz poddawał się jurysdykcji cechu, z którego wyszedł, jak kupieckiego, złotniczego i t. p. Ciągłe jednakże zatargi, czy to między drukarzami, czy drukarzami i innymi zawodami domagały się uregulowania zależności drukarzy od jakiej wyższej instancji. Uniwersytet krakowski, który uważał drukarzy za zastępców dawnych skryptorów — przepisywaczy rękopisów, podległych władzy rektorskiej — starał się o uzyskanie władzy i nad drukarzami. Władzę tę też od Zygmunta Starego uzyskał, jednakże była ona tylko teoretyczną i niebawem jako mało praktyczna została zniesiona, pozostawiając drukarzy nadal niezorganizowanych. Niektórzy drukarze wyrobili sobie szczególny przywilej tytułu „typographus cancellariae regiae“, przez co podlegali jedynie władzy królewskiej.

Pierwsi drukarze odlewali sobie przeważnie w własnych warsztatach swe czcionki. Niektórzy przybywający do Polski z odległej Bawarji czy Śląska, przywozili z tamtąd swój materjał. Jednakże już w zaraniu drukarstwa naszego spotykamy się z odlewnikami czcionek, którzy rzemiosło to uprawiają poza drukarnią zawodowo. Więc 4 lutego 1491 roku zawiera Rudolf Bornsdorf umowę z Fieolem na dostarczenie temuż przez siebie wyrżniętych czcionek ruskich, których zobowiązuje się nikomu więcej nie dostarczać. Pod koniec XVI. wieku działa w Krakowie „formsznajder“ Foerster, który zaspakaja nietylko potrzeby krajowe, ale dostarcza czcionek do Wrocławia i Frankfurtu.

Z przemysłów związanych z drukarstwem wymienić należy i papiernictwo. Wiek XV. był u nas, że się tak wyrazimy, „złotym wiekiem“ papiernictwa. Zapotrzebowanie drukarń, autorów, urzędów miejskich i królewskich, było tak wielkie, że papiernie nasze stanęły na bardzo wysokim stopniu rozwoju. Najstarsza z nich założona została pod Krakowem na Prądniku w r. 1496, „Żabi Młyn“ na Prądniku Białym w r. 1533. Pod Poznaniem pierwsza papiernia powstaje w Głównej w r. 1502, należąca do biskupów poznańskich. Zniszczoną przez powódź odbudowuje z końcem XVI. wieku biskup Kościelecki i oddaje w dzierżawę Zacharjaszowi Mayerowi za czynszem rocznym 10 złp. i 3 ryz papieru dla kancelarji biskupiej. W r. 1545 proboszcz poznański Maciej Śliwnicki oddaje w dzierżawę majstrowi papierniczemu Tomaszowi Stempferowi swój młyn Czerwonak, celem przebudowania go na papiernię. W r. 1549 mieszczanin poznański, Michał Eldsner, posiada na Warcie w miejscu zwanem „Spuszna Gać“ młyn papierniczy. Ogółem istniało w Polsce w XVI. wieku 35 papierni, z tych w najbliższej odległości Krakowa 11. Dokładniejsze dane o niektórych papierniach podaje nam Ptaśnik w „Momenta Poloniae Typographica“ podług spisu podatkowego z roku 1881. I tak: na Prądniku Biskupim (pod Krakowem) papiernia jest jednokołowa, pracuje w niej 3 czeladników, na Prądniku Wielkim papiernia jest dwukołowa o 2 czeladnikach, mogilska o 2 kołach i 4 czeladnikach, młodziejowiecka o 1 kole i 3 czeladnikach, bożogrobców w Grembienicach o 4 kołach i 3 czeladnikach, krzeszowicka o 4 kołach i 5 czeladnikach. Największą była jednakże papiernia w Lublinie. Opis jej z roku 1565 opowiada, że posiadała 4 koła, wielki budynek murowany z izbami na parterze i piętrach, drugi budynek z warzelnią, klejarnią, płóczarnią, z murowanym sklepem, następnie inne budynki drewniane i szopy, słowem na owe czasy fabryka. Na podstawie skombinowania przepisów cechowych o minimum produkcji obowiązującej czeladnika, oblicza Ptaśnik roczną produkcję papierni polskich w drugiej połowie XVI. w. na 100 miljonów arkuszy.

Początkowo należeli papiernicy do wolnego rzemiosła, niepodległego cechowi. Dopiero silny rozrost spowodował zorganizowanie się papierników w całej Polsce. Organizacja ta uzyskała w r. 1546 przez króla zatwierdzony statut cechowy.

Wiek XVII. smutnie się zapisał na kartach naszych dziejów. Wojny, napady, zamieszki domowe spowodowały upadek kultury a z nim i upadek drukarstwa. Owszem w wieku tym powstaje w Polsce około 160 nowych drukarń, lecz przeważnie mniej-

szych, krótkotrwałych. Ich produkcja tak pod względem treści jak i zewnętrznego wyglądu straciła charakter wieku ubiegłego. Kraków przestaje być ośrodkiem ruchu drukarskiego, a drukarnie powstają i po mniejszych miasteczkach, a nawet bardzo często na wsiach, pod patronatem szlachty.

Stan ten przechodzi i w wiek XVIII. Wprawdzie w czasie tym powstaje około 120 nowych firm drukarskich, lecz jest to przeważnie tylko zmiana właściciela. Żywiej zaczyna rozwijać się drukarstwo około połowy XVIII. wieku w Warszawie, stolicy, w której za ostatniego Sasa i Stanisława Augusta zaczyna odżywać ruch umysłowy. Powstają tu drukarnie „Jezuicka“ w r. 1717—1772, Mitzlera de Koloff 1756—1784, Komisji Edukacyjnej 1772, Korpusu Kadetów 1774, Dufura Piotra 1775, Groella Michała 1778, Misjonarzy 1780, Loteryjna 1784, Wolna Jana hr. Potockiego 1789, Zawadzkiego 1789, „Gazety Warszawskiej“ 1794 (po Dufourcie), Wyżewskiego i Rakocego 1800 po Groellu. Ogółem za czasów niepodległej Polski pracowało na jej terytorjum około 500 drukarń. Upadek polityczny państwa chwilowo tylko zatrzymał rozwój dalszy drukarstwa polskiego. Od roku 1800 do 1881 podaje Wywiałkowski w swem dziełku „Czcionkarnie“ około 500 nowych drukarń na terytorjum polskiem. Jaka była produkcja drukarń polskich do tego czasu, będzie to długo jeszcze nieodgadnięte pytanie historyka drukarstwa i bibljografa.

Przyjrzyjmy się jednakże, jak pracowały niektóre ośrodki drukarskie w Polsce w XIX. stuleciu. Więc w Krakowie: od 1801—1830 r. istniało 6 drukarń z 19 towarzyszami i 12 drewnianymi tłoczniami. Od 1831 do 1840 mamy 7 drukarń z 52 pracownikami i 11 tłoczniami drewnianemi i 1 żelazną. Od roku 1841 do 1850 tłoczni drewnianych posiada Kraków już tylko 6, żelaznych 10 a pospiesznych 6, z których pierwszą sprowadziła do Krakowa drukarnia Cieszkowskiego 1844 r. W roku 1880 posiada Kraków 7 drukarń z 116 pracownikami, prasy drewniane już znikły, lecz pracuje jeszcze 10 żelaznych a 14 pośpiesznych.

W Warszawie od roku 1801—1820 było drukarń 20 z 83 towarzyszami i 52 tłoczniami drewnianemi. Do roku 1840 liczba drukarń wzrosła o 5, ilość pracowników wynosi 150, tłoczni drewnianych 41, żelaznych 15. Maszyna pośpieszna systemu „Koeniga i Bauera“ wprowadzoną została do Warszawy w roku 1830 przez drukarnię „Banku Polskiego“. W roku 1860 ma ich Warszawa 20, w r. 1880—1887 — 70, przytem jeszcze 4 drewniane i 62 żelazne tłocznie.

W Poznaniu w r. 1880 istniało 12 drukarń, z 24 pośpiesznemi i 12 ręcznemi tłoczniami. We Lwowie w tym czasie 14 drukarń, 18 tłoczni ręczno-żelaznych, 3 drewniane i 22 pośpiesznych.

Pierwszą maszynę rotacyjną sprowadzono do Warszawy w r. 1879 do drukarni „Kurjera Warszawskiego“, własność Gustawa Gebethnera.

Budzenie się świadomości narodowej u szerokich warstw narodu polskiego, rozrost literatury, czasopiśmiennictwo i ruch oświatowy, wpływały dodatnio na rozwój drukarstwa polskiego z końcem ubiegłego a początkiem bieżącego stulecia i wytworzyły jego stan obecny.

* * *

Od czasu powstanie niepodległości przemysł graficzny i papierniczy rozwija się naogół w bardzo słabem tempie. Dotychczas zapisać możemy tylko pewne postępy w działach:

a) papierniczym, w którym uruchomiono dwie nowe fabryki papieru, i to w Bydgoszczy i w Poznaniu; w byłej Kongresówce zmontowano kilka papierni, które przed wojną już istniały a które przez najeźdźców zdemolowane były prawie doszczętnie; natomiast

b) w dziale graficznym wykazać może powstanie dwóch nowych fabryk farb drukarskich i to „Farba Polska“ w Poznaniu i „Atra“ w Toruniu.

Natomiast fabryk maszyn drukarskich i pomocniczych nie posiadamy w kraju wogóle, t. zn. jesteśmy skazani na import takowych z zagranicy. Bardzo słabo rozwinięte jest również odlewnictwo czcionek i połączone z tem sztycharstwo, czyli rytownictwo patryc. Szczególnie to ostatnie zaniedbane jest całkowicie, gdyż nie mamy specjalistów, którzyby się zajęli budową maszyn specjalnych, rytowaniem patryc i wybijaniem matryc. Nie uprawiamy nawet galwanoplastyki, koniecznej do wyrobu matryc, o ile są do dyspozycji własne patryce. Nie brak nam coprawda jednostek z inicjatywą i energją, któreby na tem polu potrafiły zapoczątkować skuteczną działalność, lecz przeszkodą ku temu jest niewiara we własne siły i zakorzeniona u nas bałwochwalczość do wszystkiego, co jest zagraniczne.

Zakładów drukarskich posiadamy w Polsce blisko 900, które zatrudniają około 13 500 pracowników, a posługują się 6 134 maszynami z rozmaitych działów grafiki, które w wyszczególnieniu liczbowem przedstawiają się, jak następuje:

150 maszyn rotacyjnych,
1 300 maszyn płaskich drukarskich,
1 200 tyglówek,
470 maszyn do składania,
185 maszyn litograficznych,
24 maszyn ofsetowych,
5 maszyn do rotograwury,
2 500 maszyn pomocniczych.

Dział wydawniczy stosunkowo do innych krajów przedstawia się w Polsce dość korzystnie. Trudno osięgnąć ścisłe dane statystyczne co do wyprodukowanych książek, lecz pewien pogląd dają nam cyfry dotyczące wychodzących u nas czasopism. Ogółem w Polsce wydaje się 1 477 czasopism i to: 1 295 polskich, 90 niemieckich, 47 żargonowych, 39 rosyjskich, 2 czeskie, 2 litewskie, 1 francuskie i 1 hebrajskie.

Stan przemysłu papierniczego w Polsce przedstawia się następująco: W roku 1925 ogólna produkcja papieru w Polsce wyniosła około 8 600 wagonów. Dodając do powyższej produkcji przywóz papieru z zagranicy (który wyniósł 3 113 wag.) i potrącając eksport (w wysokości 535 wag.), otrzymamy spożycie wewnętrzne w roku 1925 w sumie 11 197 wagonów, co stanowi około 4 kg na głowę.

W pierwszem półroczu 1926 r. produkcja związkowych papierni wyniosła około 4 000 wagonów, czyli tyleż prawie co w roku ubiegłym.

W Polsce Zachodniej w stosunku do czasów przedwojennych istnieje tylko jeszcze 3% drukarń niemieckich, 97% zaś powykupywano z rąk Niemców. Warsztaty graficzne z powodu braku własnych wytwórni maszyn i przyborów są bezwarunkowo w trudniejszem położeniu jak zakłady tego rodzaju zagranicą, gdyż każda nowonabyta z zagranicy maszyna z cłem i frachtami obciąża zakład do tego stopnia, że o stałem kompletowaniu urządzenia zakładu nie może być mowy. Tem mniej zakłady na-

sze zdążyć mogą ze szalonem tempem postępu, co do którego technika graficzna w ostatnim czasie święci prawdziwe triumfy.

Wysiłki w zawodzie graficznym i pokrewnionych muszą iść przedewszystkiem w jednym kierunku: intensywne popierania fabryk już istniejących i tworzenie coraz nowych wytwórni ze wszystkich gałęzi przemysłu naszego. O ile będziemy nieczynnie się przyglądali, jak inni się popierają, jak tworzą i postępują, staniemy na martwym punkcie i coraz trudniej będzie nam czoło stawiać obcej konkurencji. Każde zdrowe zamierzanie w kierunku wytwórczości fabrycznej w naszym zawodzie powinno być bezwzględnie popierane tak przez warsztaty graficzne, jak i ze strony sfer finansowych i społeczeństwa.

Ufajmy w własną siłę więcej, aniżeli w wyniki produkcji obcej.

Organizacja gazety nowoczesnej.

(Dysonanse dziennikarsko-drukarskie.)

Pomiędzy redakcją a oficyną drukarską rozgrywa się z dnia na dzień cicha walka o zachowanie właściwego tempa w sporządzeniu każdorazowego numeru nowoczesnej gazety. Czasami bywa, że cicha walka zamienia się w spór niepożądany dla wydawnictwa, mianowicie wtenczas i tem częściej, jeżeli redaktor, chociażby literacko najbardziej uzdolniony nie jest fachowcem, nie zna się wiele na trybie panującym wszechwładnie w oficynie drukarskiej, położonej zazwyczaj o próg za redakcją.

O co chodzi? — Chodzi o każdą minutę czasu przed wykończeniem każdorazowego numeru gazety. Walka o czas rozgrywa się w każdej nowoczesnej gazecie codziennie pomiędzy tymi, którzy odpowiedzialni są za treść gazety, a tymi, którzy ją technicznie wykonują i puszczają w obieg. Jest to w rzeczy samej jednem z najważniejszych zagadnień chwili obecnej po wydawnictwach gazet, ażeby tempo umysłowej pracy dziennikarza dostosowało się, dostosować się mogło do tempa nader rozwiniętej techniki drukarskiej. Usiłowanie technicznych oddziałów wydawnictwa gazet, dzienników zwłaszcza, dąży z konieczności uparcie i słusznie do tego, ażeby każdorazowy numer gazety punktualnie, na minutę, złożyć, złamać i puścić w obieg przez pocztę względnie sprzedaż uliczną. Usiłowanie redakcji, kierowanej ambicją literacką i publicystyczną, natomiast obraca się w tym kierunku, ażeby numer gazety tak pod względem układu jakoteż treści opracowanych wiadomości, notatek informacyjnych i depesz był tak doskonały, jak to tylko możliwem jest do osiągnięcia. Nie masz bodaj ani jednego ambitnego redaktora, a ambitnym powinien być każdy redaktor zawodowy, któryby po ukazaniu się numeru gazety w skrytości swej duszy nie skrytykował swego pióra, a któryby równocześnie nie zdawał sobie sprawy z tego, że to i owo niezawodnie by inaczej wystylizował, gdyby miał na to kilka minut więcej czasu i żeby mu właśnie przy pisaniu chwili skupienia myśli nie był przerwał metrampaż domagający się manuskryptu.

W podobnie trudnych warunkach znajdują się z okazji premjery teatralnej poeci, reżyserowie i aktorzy ambitni, którzy nieraz drżą na samą myśl, co o ich produkcji artystyczno-scenicznej napisze krytyka fachowa, a na domiar co pomyśli, jeżeli nie wypowie zrzeszenie przybyłych widzów. To samo dotyczy także każdej redakcji, z tą jednakże różnicą, że redakcja ma codziennie jedną a czasami nawet kilka premjer publicystycznych. Z tych to powodów, panowie wydawcy i drukarze, należy zrozumieć dziennikarza fachowego, jeżeli w kilka minut przed ukończeniem gazety zawoła: „Chwileczkę jeszcze tylko!“ — A wobec tej wymogi, tego zagadnienia trybu redakcyjnego niemal nieubłagalne stanowisko zajmuje technika drukarska — boć jeżeli żądaną przez redaktora „chwileczkę“ można w ten lub ów sposób wygospodarzyć, to i u niej czasami ujawni się serce współczujące z redakcją i jej kłopotami i wtenczas wspomaga redakcję przez przyspieszenie tempa trybu zecerni — atoli punktualnie gazetę skończyć, to stałem zadaniem drukarni z dnia na dzień być musi.

Nowoczesna technika zecerska i drukarska wobec redakcji wymaga, ażeby całkowity materjał dziennikarski, składający się z artykułów, notatek, depesz, uwiadomień, nowelek, romansów, feljetonu, wiadomości potocznych, programu radjofonicznej produkcji, giełdy, zagadek, dowcipów etc. etc. co wszystko do układu nowoczesnej gazety należy, ażeby to wszystko z takim pospiechem i punktualną regularnością dostarczone było zecerni, ażeby w chwili łamania gazety dobrany materjał do każdej rubryki był w poddostatku gotów i żeby stronica po stronicy łamiącemu zecerowi szła od ręki i wędrowała do stereotypji i pod maszynę rotacyjną! Nieubłagalna w niczem, konieczna dyspozycja czasu wobec wymogów techniki drukarskiej jest wskazaniem dla każdej redakcji, a ten warunek pracy dziennikarskiej nie powinien wobec tego ulegać zbyt wielkim wahaniom czasu. Nie może być względu — tego wymaga nowoczesna technika drukarska — na chwilową niedyspozycję umysłową dziennikarza, stąd zespół redakcyjny w czasopismach politycznych i codziennych stosunkowo i ilościowo z natury rzeczy powinien być liczniejszy i tylko z rutynowanych fachowców dobrany.

Punkt kulminacyjny zagadnienia, który walkę o każdą chwilkę czasu pomiędzy redakcją a techniką drukarską najjaskrawiej uwydatnia, to ten, gdy tedy owedy techniczne oddziały poszczególnej drukarni gazet uskarżają się na zbyt powolny dopływ manuskryptów, tak że pracownicy graficzni i maszyny czekać zmuszone są bezczynnie, lub gdy napływ aktualnego materjału redakcyjnego nadchodzi do zecerni w chwili krytycznej pod koniec zestawu gazety. Dzieje się wtenczas podobnie, jak na pokładzie okrętu: kapitan z wyżyn pomostu domaga się od pracujących w głębi maszyn i obsługującego personelu o wiele więcej, aniżeli wykonać to zdołają — tak samo postępuje redaktor wobec technicznych pracowników oficyny gazetowej. Należy to sobie uprzytomnić, że z pobudek rzeczowych, ze względu na dobór treści informacyjnej, dziennikarz skłonnym jest do zapomnienia faktu, że nawet tryb i technika największej drukarni ma swoje granice i że nawet na najdrobniejsze cząstki pocięty manuskryt przez rozliczne linotypy złożone, jednakowoż wymaga pewnego minimum czasu, a to właśnie tak często i najbardziej fachowo wyszkolony dziennikarz zapomina.

Ta walka pomiędzy redakcją a zecernią, która jest konieczną, a gazecie nieraz na dobre wychodzi w przedmiocie jej poczytności, dawniej w wydawnictwach gazet nie była znaną, przynajmniej w ta-

kiej zaciętości jak obecnie. Przed laty tak praca redakcji jakoteż zecerni była powolniejsza, aniżeli obecnie. Znamy wypadki, z przed 40 do 50 laty, że w gazetce o czterech stronnicach mniejszego od berlińskiego formatu pracowało trzech redaktorów z tytułami doktorów, którą obecnie zawiaduje nieraz doskonalej bez takiego tytułu naukowego, atoli z większą wprawą techniczną jeden jedyny dziennikarz. Wówczas to redakcja opracowywała materjał gazetowy, odsyłała manuskrypt do zecerni, czytywała zazwyczaj korektę a następnie przeglądała i robiła rewizję odbitek stronicowych, a wszystko inne samodzielnie dokonywała technika drukarska. Pod tym względem bieg czasu poczynił zasadnicze zmiany. Dzisiaj nie powierza się układu gazety personelowi technicznemu, lecz zastrzega to sobie redakcja; poszczególne wydawnictwa zatrudniają specjalnego redaktora-drukarza, który czuwa nad łamaniem gazety. W naszych czasach bowiem zakorzeniło się przekonanie, że dla poczytności gazety i pożytku informacyjnego poszczególnego czytelnika nietylko doniosłe znaczenie posiada to, co się w niej ukazuje, lecz na jakiem miejscu się ukazuje. Wygląd, szata zewnętrzna, rozmach układu gazety odgrywa w naszych czasach wybitną rolę: gazeta może być natchniętą literacko, może być ściśle rzeczową, może rozgraniczać rzeczy poważne od informacyj postronnych, może być napuszoną, a może nawet stanowić pewną zagadkę dla czytelnika, który w niesymetrycznym układzie artykułów i notatek gubi się i traci orjentację. Przy łamaniu zatem gazety redakcja zastrzega sobie wpływ decydujący na rozmieszczenie złożonej treści gazety. Redakcja odpowiedzialną jest za to, w jakim układzie i w jakiej szacie stronica za stronicą wędruje do stereotypji. Nie, jak dawniej, metrampaż, lecz redaktor odpowiedzialnym jest dzisiaj za wygląd i umiar zestawu treści złamanej gazety i stąd ma prawo wywierać wpływ na jej łamanie.

. Olbrzymi, nieraz setki tysięcy egzemplarzy wynoszący nakład gazety nowoczesnej jest w zasadzie zasługą dziennikarza. Atoli olbrzymi nakład, którego przygotowanie i druk pomimo stojących do dyspozycji rozlicznych maszyn wymaga sporo czasu, zmusza wydziały techniczne poszczególnej drukarni do żądania od redakcji w każdym razie przestrzegania ustalonych norm czasu w przedmiocie dostarczania manuskryptu, ażeby wydawnictwo olbrzymiego nakładu gazet mogło obsłużyć zamiejscowych czytelników tak samo, jak miejscowych, czy to za pomocą komunikacji kolejowej, czy też nawet przesyłki lotniczej, co zagranicą coraz częściej bywa stosowane. Dzisiaj obowiązuje wydawnictwa zasada: najlepsza gazeta nic nie znaczy, jeżeli nie ukaże się w właściwym czasie.

Niezawodnie i dziennikarze epok minionych usiłowali zajmować stanowisko swe wobec zagadnień aktualnych. Atoli tempo, w którem zagadnienia dnia go dochodziły, nie jest do porównania z nowoczesnem. Gazeta ówczesna nie była, jak za naszych czasów, olbrzymią organizacją; liczba pracowników nad jej wykonaniem zajętych była bardzo szczupła. Bieg rozwoju stosunków nowoczesnych tak się ułożył, że redakcja nowoczesnego dziennika nie jest do pomyślenia bez zasiadania w niej szeregu redaktorów specjalistów. Techniczne zmiany w przedmiocie nadesłania informacyj wpłynęły stosownie na zmianę struktury gazety; pożądanie informacyj tak się wzmogło w pośród szerokich kół społecznych, że oddalone strefy, telegraficznie mówiąc, stały się bliskie. Ameryka, Azja, Afryka stanowiły dopóty strony odległe, dopóki nie byliśmy w stanie w przeciągu dwóch godzin z niemi połączyć się w przedmiocie zasięgania informacyj. W czasie obecnym każde poważne wydawnictwo światowe posiada swą własną stację radjograficzną, która znosi informacje urzędowe i prasowe. Liczny szereg własnych korespondentów rozmieszczonych w głównych światowych centrach informacyjnych, jakoto w Londynie, Nowym Jorku, Paryżu, Rzymie, Madrycie, Konstantynopolu, jakoteż w każdej ważniejszej miejscowości w kraju znosi wydawnictwu informacje za pomocą radjografu, kablu, telegrafu i telefonu.

Do takiej organizacji wydawnictwa gazety nowoczesnej nam, w Polsce, jeszcze daleko; na tej niwie pierwsze kroki stawiamy, które jednakże budzą nadzieje w dobry rozwój naszych wydawnictw. Zorganizowane pod względem obsługi informacyjnej gazety niemieckie, naprzykład znane wydawnictwa Ullsteina w Berlinie utrzymują na 242 placówkach swych własnych korespondentów, starannie dla poszczególnych placówek dobranych. W poszczególnych stolicach zagranicznych istnieją specjalne niemieckie biura redakcyjne, które stale informują Berlin. Biura te nietylko nadsyłają informacje zagraniczne do Niemiec, lecz nadchodzące z Niemiec informacje lansują do prasy zagranicznej. Tak paryskie biuro gazet Ullsteina naprzykład dniem i nocą porozumiewa się telefonicznie z wydawnictwem w Berlinie po części wprost, po części via Relais-Saarbrücken. Lon-

dyńskie biuro Ullsteina komunikuje się telefonicznie wprost z centralą wydawnictwa w Berlinie, a oprócz tego zadzierżawiło na pewne godziny własny kabel, a do tego posiada stale kontakt radjograficzny.

Już z tego krótkiego i niewyczerpującego zarysu dróg informacyjnych nowoczesnej prasy wynika, jak olbrzymi materjał informacyjny napływa do redakcji, która go w kilku godzinach musi opracować, przygotować do druku. A do tego doliczyć należy napływ manuskryptów od własnych korespondentów, lub stałych albo przygodnych współpracowników.

Nie dosyć na tem. Poszczególne kraje posiadają własne organizacje telegraficzno-informacyjne, które wiadomości zebrane z całego świata rozsyłają za abonamentem poszczególnym redakcjom. We Francji załatwia do biuro Havasa, w Anglji biuro Reutera, w Niemczech biuro Wolffa, w Ameryce Associated Press, a w Polsce wreszcie Polska Agencja Telegraficzna (P. A. T.) i Agencja Wschodnia. Obydwa biura, szczególnie P. A. T. powinna być nadal ulepszana. Mianowicie biuro ostatnie szczególnie powinno unikać zbyt częstego używania słów obcych, a pisać poprawnie po polsku, bez makaronizmów. Że redaktorzy P. A. T. rzeczywiście chodzili do szkół, o tem nas chyba makaronizmami codziennie nie potrzeba przekonywać...

Nasze agencje telegraficzne oczywiście mają kontakt z agencjami zagranicznemi, wymieniając zamiennie swoje informacje.

W taki sposób redakcja gazety nowoczesnej spiesznie bywa informowaną, każdej chwili wie, co się w kraju i za granicą, na szerokim świecie dzieje. Wiadomości, ścisłe i wiarogodne, napływają czy to z dziedziny gospodarczej, czy wydarzeń żywo nasze zainteresowanie wywołujących, jakoto: trzęsienie ziemi, katastrofy, zbrodnie lub wynalazki itp. Armja specjalnych sprawozdawców sportowych wyłoniła się w ostatnich latach. Następnie nadchodzą specjalne gazety manuskryptowe tylko dla użytku redakcyj gazet, które to zawierają artykuły opisowe i informacyjne z wszelkich dziedzin specjalnych, sztuki, wiedzy, wiadomości lokalnych, sprawozdań z rozpraw sądowych, kryminalnych. Nie dosyć na tem. Do redakcji zgłaszają się osobiście informatorzy, donoszący o wypadkach przed chwilą na ulicy zaszłych. Informacje ostatnie wymagają znów specjalnych wysłańców w celu zbadania, czy osobiście podane informacje są ścisłe. Istotą i zasadą służby informacyjnej w redakcji albowiem jest zawsze: aktualność i ścisłość.

W ostatnich latach zakres działalności działu technicznego zakładów graficznych znacznie się powiększył przez ilustracje informacyjne, upowszechniające się po dziennikach. Również obsługa ilustracyjno-informacyjna obejmuje cały świat. Z olbrzymich, specjalnie zorganizowanych centrali fotograficznych, od poszczególnych fotografów, od rysowników, wreszcie napływają ilustracje z dziedziny wydarzeń aktualnych. W gazetach roi się od illustracyj, ujawniających znakomite osobistości, teatry, nowe budowle, wyprawy naukowe, zapasy sportowe, puszczanie nowozbudowanych okrętów na wodę, zjazdy i pochody, zaburzenia strajkowe i t. p. więcej. Materjał fotograficzny względnie rysunkowy bywa posortowany, retuszowaniem dla produkcji przygotowany, trawiony, dla druku przygotowany — a wykończenie gazety mimo to nie powinno się opóźniać!

Do dwu godzin czasu wymaga przeistoczenie obrazka fotograficznego na rycinę kliszową, co znów redakcji wydaje się mitręgą nieznośną. Czy wyrób kliszy aktualnych odbyć się może w czasie o wiele krótszym, o tem, przekona nas wynik najnowszych badań i prób, które technika zapoczątkowała odmiennemi od dotychczasowych sposobami. W ostatnim czasie przesyłano ryciny sposobem radjograficznym, które jednakże w poszczególnych wypadkach tylko zadowalały. Liczyć się jednakże należy z tem, że nie długo potrwa, a do redakcji gazety nowoczesnej nadchodzić będą illustracje aktualne, przesyłane sposobem telegraficznym i radjograficznym. Stąd czeka tak redakcję jak drukarnię nowe arcyważne zadanie, nie łatwe, lecz trudne: trzeba sprostać wymogom chwili i kroczyć z postępem czasu i techniki.

I to nie obejdzie się bez dysonansów dziennikarsko-drukarskich...

Jeżeli to wszystko sobie uprzytomnimy, mianowicie, że olbrzymi napływ tak różnolitego materjału informacyjnego często będzie kolidował, wówczas zrozumiemy, jakiej zręczności i jakiego pośpiechu wymagać będzie konieczność przełamywania kolumn gazety, ponieważ to, co złożone, co przed chwilą było jeszcze aktualne, przez w ostatniej chwili nadeszłą wieść, w niwecz zostaje obrócone! Przygotowaną do druku rycinę lub informację trzeba będzie usunąć, a w jej miejsce wsadzić inną — bez opóźnienia gazety! Ćwiczcie się zawczasu, zecerzy i drukarze, uzbrójcie się w cierpliwość niezmierną — postęp techniki informacyjnej nielada żelaznych nerwów od was w przyszłości niedalekiej wymagać będzie!

Informacja jest dzisiaj podstawą gazety. Chociaż bez wyśmienicie napisanego artykułu gazeta nowoczesna obyć się nie może, jednakże największe znaczenie posiadać będzie stale informacja dziennikarska. A właśnie dział informacyjny sprawia najwięcej trudu w zestawie technicznym. Chodzi przecież o to, ażeby każda, najpóźniej nawet nadeszła informacja spiesznie została złożona i pomieszczona w układzie gazety. Gdy treść notatki informacyjnej składa się maszyną, w tym czasie ręcznie złożonym



GŁÓWNA SIEDZIBA
DRUKARNI I KSIĘGARNI ŚW. WOJCIECHA W POZNANIU

ZAKŁADY GRAFICZNE DRUKARNI ŚW. WOJCIECHA
PRZY ULICY PIOTRA WAWRZYNIAKA 39

zatrudniały w roku 1926 przeciętnie 240 pracowników. Drukarnia św. Wojciecha wydrukowała w roku ubiegłym ogółem 19 430 750 arkuszy w postaci dzieł, czasopism, kolorowych obrazów itd., zużywając na to 618 780 kg papieru. Ogólna wartość druków powyższych wynosiła zł 1 677 978. Z produkcji tej dostarczyła Drukarnia św. Wojciecha 67 % własnym działom instytucji, 33 % klientom postronnym.

być musi nagłówek i dalej z nią w kolumnę na stosowne dla niej miejsce! Ażeby tym wymogom sprostać, musi w drukarni gazetowej panować inny tryb, aniżeli w innych działach zakładu graficznego. Jeżeli przy zestawie dziełowym ustanie maszyn do składania na chwilę chociażby naraża na stratę, to w trybie gazetowym uniknąć tego niepodobna. Atoli stratę tę, powstałą wskutek wycofania złożonego przez maszynę i pracownika, a niezużytego materjału, wynagrodzi sowicie doskonały produkt! — aktualna aż do ostatniego wiersza gazeta!

Redaktorowi nie pozostaje nic innego jak dostosować się do warunków techniki drukarskiej, atoli od techniki drukarskiej wymagać koniecznie trzeba, ażeby stale i stale czyniła wszelki, niemal niemożliwy wysiłek, by popierając redakcję skrzętnością i akuratnością, oraz zabiegliwością techniczną w harmonijnej współpracy jednej i drugiej strony wykonaną została aktualna, obfita w treść, nowoczesna gazeta.

Ogłoszenie w ręku składacza.

Każdy składacz, który jakotako podążył za prądem czasu, zapewne poznał, że rzemiosło typograficzne w rzeczywistości jest sztuką, którą ten tylko wykonać potrafi, który jej tajemnicę zna i za nią śledzi. Kto raz zagłębił się w tajniki sztuki składania i tradycję jej nie będzie uważał za wrogą wszelkich nowości, ten również będzie dobrym składaczem ogłoszeniowym.

Sztuka złożenia dobrze działającego ogłoszenia jest również tak trudna jak ułożenie jego treści. Je-

żeli większość drobnych klientów, którzy nie mają do dyspozycji rysownika reklamowego, oddaje ogłoszenia swe do dzienników lub czasopism, to z pewnością nie na to, by kolumny tych gazet zapełnić, lecz w celu zrobienia wielu i dobrych interesów. Uda im się to, natenczas gazety te cieszyć się będą coraz większą poczytnością, w przeciwnym razie klient uda się gdzieindziej, a gazety te coraz więcej popadną w niełaskę ogłaszających i czytających.

Oczekiwane korzyści z reklam i ogłoszeń zależne są od ich działania, tj. że dobrze złożone ogłoszenia zawsze przyniosą większe korzyści aniżeli szematycznie i bezmyślnie złożone. Zrozumiałą więc będzie rzeczą, że żaden z dzienników nie zaniedba starań, by klientów swych zadowolić ogłoszeniami rzeczywiście odpowiednio złożonemi. W pierwszej linji zależne to jest od składacza, który nietylko, że zna praktykę przy zbiorniku pisma, ale również posiada zdolność artystycznego wykonania układu.

Poniżej podajemy tu kilka wskazań głównych celem osiągnięcia dobrego działania ogłoszenia.

Każde ogłoszenie składa się ze szkicu jako duchowej i z układu jako cielesnej formy. Cielesna i duchowa forma, odpowiednio złączone, dają mniej lub więcej działający obraz ogłoszenia.

Ogłoszenie działa wtenczas korzystnie, jeżeli układem swym zwróci uwagę lub wywołuje wrażenie u czytającego. Pierwsze osiąga ono przez formę i kontrasty, drugie przez treść lub łączność kontrastów z treścią. Ponieważ zainteresowanie podnieca się dopiero po wzbudzeniu uwagi, widocznem więc, że układ ogłoszenia formą swą i kontrastami działanie to wywołał.

Podpadające działanie układu zależne jest od prawidłowego podziału cieni i jaśni miejsc. Zawiele jaśni w ogłoszeniu czyni je rozpływającem, podczas gdy zawiele cieni spowoduje widok mdły. Układ ogłoszenia ma mieć wiele jaśni i dostateczną ilość cieni, natenczas uwidocznia się niejako granica między cienią a jaśnią; im więcej kontrast ten się uwidocznia, tem więcej działa ogłoszenie. Składacz musi więc w pierwszej linji zważać na to, jakiemi środkami to działanie osiągnąć. Powinien on sobie uduchowić plan ogłoszenia lub na papierze naszkicować zarys, który mniejwięcej miałby wygląd następujący:

Wielkość: wys. 100 mm, szer. 140 mm.
Ukształtowanie: zwyczajne.
Pismo: antykwa.
Obraz układu: napis: dwumytel tłusty,
tekst: 5 wierszy cicerowych,
3 wiersze borgisu,
5 wierszy cicerowych,
podpis: dwumytel tłusty.

Według zarysu tego złoży on układ, a gdzie brak będzie jakiejś pełni, uskutecznić ją może podkreśleniami.

Układ bezplanowy nigdy nie będzie działał odpowiednio. Dalej składacz powinien posiadać tyle taktu i smaku, by nie używał zaokrąglań lub pism nieforemnych i nieczytelnych, ponieważ nie można wymagać od czytelnika, by pół godziny poświęcił na zrozumienie ogłoszenia, mającego podobieństwo do hieroglifów.

Specjalnym działem jest gatunek pisma. Niema dziś prawie składacza, któryby uważał najużywańsze pisma gazetowe za odpowiednie. Każdy sądzi stworzyć coś specjalnego, używając pism akcydensowych, dając wodzę swej fantazji.

Jest to jednak błędne mniemanie. Pismo ogłoszeniowe ma się uwydatnić na papierze gazetowym jasno i wyraźnie. Jeżeli od zasady tej odstępujemy przy czasopismach, nie jest to powodem do naśladownictwa. Tak jak pismo ma specjalny charakter kroju, również i ogłoszenie powinni mieć swoją indywidualność. Prócz tego charakter pisma ma się dostosować do charakteru ogłoszenia lub jego treści. Reforma w tym względzie byłaby bardzo potrzebna.

Wielu składaczy skarży się na zbyt mały wybór pism ogłoszeniowych; tym do wiadomości, że właśnie układ ogłoszeniowy stawia bardzo skromne wymagania co do wyboru pism, a używanie zbytniej obfitości tego wywołuje działanie wprost przeciwne.

Komplet pism dla ogłoszeń byłby mniejwięcej taki: jeden garnitur pięknego medjawelu z odpowiednią kursywą dla niego, ewentualnie jedna o mocniejszym, druga o delikatniejszym kroju, dalej jeden garnitur dziś tak ulubionej francuskiej antykwy w stylu Didota. Kursywę zastąpić można półtłustym lub tłustym medjawelem.

Jeżeli dla całej drukarni starczy już 10 garniturów pism, to chyba dla ogłoszeń starczą trzy garnitury. Wybór tych pism dla ogłoszeń pozostawiać musimy składaczowi.

Kilka pism większych stopni w jednem ogłoszeniu czynią je niespostrzegalnem i ginącem. Część ogłoszeniową w gazecie porównać winniśmy z ogrodem, w którym ogłoszenia grają rolę zagonów kwietnych, które tak samo jak one powinny być pielęgnowane i oczyszczane z zielska i zbytniego obładowania. Wielkość pism dostosowana musi być do wielkości ogłoszenia. Treść nie powinna być zbytnio rozciągnięta, ale ma mieć wygląd spokojny i zamknięty. Znaną jest rzeczą, że więcej aniżeli trzy gatunki pism działa ujemnie na całość, wywołując kontrast niekorzystny.

Celem wywołania korzystniejszego działania posługujemy się środkiem pomocniczym, tj. obwódką. Zamyka ona ogłoszenie jako całość, wzmacniając działanie kontrastów. Obwódkę powinniśmy zasadniczo tylko wtenczas użyć, jeżeli nie mamy do dyspozycji innych środków, wywołujących lepsze działanie — i składacz, który poważnie traktuje swą pracę, w rzadkich wypadkach przystąpi do wyboru obwódki, bo wystawiłby swej umiejętności świadectwo ubóstwa.

Obwódka również dostosowana musi być do charakteru i treści ogłoszenia. Np. do ogłoszenia o perfumach inna musi być wzięta obwódka jak do takiegoż o maszynach narzędziowych, również ogłoszenie o balu nie może mieć obwódkę, odpowiednią dla jakiegoś obwieszczenia.

Powyższe wytyczne byłyby drogowskazem dla składacza. Jest ich niewiele, a użycie ich zależne jest od własnego, wrodzonego odczucia piękna, niedającego się wpoić nauką. *Gr.*

Międzynarodowy kongres Agencyj informacyjnych w Warszawie.

Dnia 25 maja r. b. odbędzie się w Warszawie międzynarodowy kongres Agencyj informacyjnych z udziałem przedstawicieli około 30 agencyj światowych, wchodzących w skład koncernu „Agences Alliees“. Kongres potrwa 10 dni. Udział swój zgłosiły już agencje z Berlina, Wiednia, Brukseli, Sofji, Kopenhagi, New Yorku, Madrytu, Tallinu, Paryża, Londynu, Budapesztu, Rzymu etc.

Drukarnia Mieszczańska T. A.

Poznań, ulica Murna 2, narożnik ulicy Nowej nr. 5

Telefon 39-18

Zaopatrzona w najnowsze czcionki, maszyny pospieszne oraz linotypy, przyjmuje zamówienia na czasopisma, dzieła, jako też prace akcydensowe

Wykonanie wykwintne i punktualne

110

W. FERTYKOWSKI

WARSZTATY REPARACYJNE DLA MASZYN DRUKARSKICH



FABRYKA CZĘŚCI i PRZYBORÓW DLA PRZEMYSŁU GRAFICZNEGO

POZNAŃ

BIURA I WARSZTATY:

ULICA URBANOWSKA 24

TELEFON Nr. 15-59 TELEFON Nr. 15-59

105

RYSUNKI
PLAKATY
DYPLOMY
ARTYSTYCZNE

KWK

K. W. KLEDECKI
POZNAŃ-POCZTOWA 29

TELEFON 33-29

Celem kongresu jest wzajemne porozumienie co do udoskonaleń obsługi informacyjnej zarówno pod względem merytorycznym, jak i sprawności i szybkości transmisyjnej oraz porozumienie co do wzajemnej wymiany materjału informacyjnego, do czego wszystkie agencje, wchodzące w skład koncernu, są obowiązane. Wprowadzenie nowych środków technicznych, wyzyskanie energji elektromagnetycznej odgrywa tu kolosalną rolę. Najstarsza na świecie agencja „Agence Havas“ w Paryżu, w r. 1835 posługiwała się gołębiami pocztowemi. Od tego czasu technika transmisyjna stopniowo się udoskonala, przechodząc najrozmaitsze fazy, jak: pocztę, telegraf, telefon, telegraf pospieszny, radjotelegraf, a w ostatnich czasach radjotelefonja.

Kongres w Warszawie podejmie w dalszym ciągu sprawę uregulowania prac własności informacyj prasowych, opierając się na swoich poprzednich w tym zakresie postanowieniach, które całkowicie zostały przyjęte przez komitet agencyj informacyjnych, zebrany w Genewie w sierpniu ub. r. pod auspicjami Ligi Narodów. Poza najstarszą w świecie agencją „Havasa“ w Paryżu, istniejąca od 1835 r. biurem Wolffa w Berlinie (istnieje od roku 1849), na specjalną uwagę zasługuje „Associated Press of America“ w New Yorku. Jest to najpotężniejsza instytucja informacyjna na całym świecie, aczkolwiek istnieje zaledwie od dwudziestu kilku lat. Agencja ta jest własnością 1 400 dzienników Stanów Zjednoczonych i wszystkich państw w Ameryce Południowej, — przyczem pod względem finansowym tak jest urządzona, że nie może dać ani dochodu, ani deficytu i nie posiada wcale kapitału zakładowego. Koszta utrzymania ponoszą solidarnie wszystkie pisma, przyczem każde jest obowiązane informować centralę o wypadkach. Informacje zdobywa agencja wszelkiemi dostępnemi środkami, niejednokrotnie za bajońskie sumy, posiada własne biura i własnych korespondentów na całym świecie, posiada własną nadawczą i odbiorczą radjostację oraz własne linje telefoniczne i telegraficzne zes pecjalnemi aparatami, przy pomocy których — podobnie jak i kilka innych wielkich agencyj — jedną wiadomość nadawać może do kilkudziesięciu miejscowości.

Gospodarzem kongresu w Warszawie będzie PAT, która opracowuje obecnie cały program. Na zakończenie kongresu projektowane są wycieczki uczestników do Krakowa, Wieliczki i Zakopanego oraz szereg oficjalnych przyjęć. Obrady toczyć się będą w języku francuskim.

Z chwili bieżącej

Zebranie wierzycieli „Drukarni Pomorskiej“ T. A. w Grudziądzu. Dnia 20 kwietnia b. r. odbyło się w Sądzie Powiatowym w Grudziądzu pod przewodnictwem sędziego p. Łęckiego zebranie wierzycieli masy upadłościowej „Drukarni Pomorskiej T. A.“ — wydawnictwa „Głos Pomorski“, kierunek Ch. D. — i „Weichsel-Post“. Ogółem zgłoszono 670 000 zł długów — wartość kompleksu przedsiębiorstwa oszacowała komisja wojewódzka na 380 000 zł. Długów uprzywilejowanych zgłoszono 384 000 zł. Przyczyn upadku tego niegdyś potężnego przedsiębiorstwa szukać należy, jak to zresztą wynika z spra-

wozdania komisarza upadłościowego p. Pawlikowskiego, w niefachowem i niesumiennem kierownictwie lat ubiegłych. Chaotyczna gospodarka zarządu, brak kontroli z strony Rady Nadzorczej, doprowadziły tak drukarnię jak i wydawnictwa do upadku; zabiegi sanacyjne ostatniego czasu nie zdołały również uratować sytuacji.

Na zapytanie sędzia p. Łęcki oświadczył, że sprawą poruszoną w tem sprawozdaniu zajęła się już prokuratorja.

O wykupienie „Drukarni Pomorskiej", która dziś jeszcze należy do jednego z największych tego rodzaju przedsiębiorstw na Pomorzu, kuszą się różne osoby i ugrupowania polityczne (piłsudczycy, chadecy, witosowcy, wyzwoleńcy i Niemcy), niewiadomo jednak, komu ostatecznie starczy odwagi na dalsze eksperymentowanie polityczne i finansowe.

Uchwalono zatrzymać nadal dotychczasowych zarządców masy: p. Pawlikowskiego i Gawlikowskiego, a następnie wybrano nowy wydział wierzycieli: adwokata Sokolnickiego, aptekarza Baranowskiego i p. Cywińskiego, urzędnika drukarni. Dwaj nowi wybrani zostali większością głosów na skutek rezygnacji dotychczasowych członków wydziału wierzycieli, pp. Owczarzaka i dr. Rzepeckiego.

Uchwalono również upoważnić wydział wierzycieli do zadecydowania, czy pisma „Drukarni Pomorskiej" mają nadal wychodzić, czy też mają być zlikwidowane.

Z przemysłu graficznego w Szwecji. Zawarta na rok 1927 umowa cennika myt w zawodzie litograficznym zawiera przepis, według którego stawki minimalne zostały o 5% podwyższone.

Z przemysłu graficznego w Szwajcarji. W szwajcarskim przemyśle graficznym nastąpiło organizacyjne przegrupowanie; dotychczas istniały dwa stowarzyszenia i to „Stowarzyszenie Drukarń Szwajcarskich" oraz „Szwajcarskie Towarzystwo Właścicieli Zakładów Graficznych; obydwa stowarzyszenia, po całorocznych układach, złączyły się obecnie. Do nowego stowarzyszenia włączone zostały także spółdzielnie drukarskie, w których posiadają udziały pracownicy graficzni.

Szwajcarski związek pracowników typograficznych miał w 1926 roku 679 215 franków szwajcarskich dochodu, a 607 569 fr. rozchodu i to 280 086 fr. na wsparcie inwalidów oraz 269 164 fr. na wsparcie zasłabłych członków stowarzyszenia.

Z przemysłu graficznego w Belgji. Pomiędzy właścicielami zakładów graficznych z jednej, a zorganizowanymi pracownikami drukarskimi z drugiej strony toczą się układy o nowy cennik myt. Z dniem 1 stycznia 1927 obowiązywać zaczęło prowizorjum myt, które regulowało pobory pracowników drukarskich do 1 kwietnia rb. Dotychczasowe układy nie doprowadziły do zawarcia umowy obustronnej; obrady zostały na ośm dni przerwane.

Stowarzyszenie belgijskich pracowników drukarskich obchodzi w tym roku 60-letnią rocznicę istnienia. Z tego powodu odbędzie się w Zielone Świątki kongres pracowników belgijskich w Brukseli, na którym pomiędzy innemi zorganizowani pracownicy drukarscy omawiać będą sprawę wyszkole-

nia zawodowego terminatorów graficznych oraz sprawę 44 godzinnego tygodnia pracy.

Międzynarodowa wystawa prasy odbędzie się w 1928 r. w Kolonji, nad Renem. Jak sekretarjat wystawy rzeczonej donosi, to zainteresowanie tą międzynarodową wystawą stale się wzmaga, z Niemiec oraz wielu innych państw nadeszło wiele zapytań i przyrzeczeń w kierunku wzięcia udziału w wystawie. Wystawa będzie miała praktyczne i naukowe znaczenie. Obok wystawy prasy ścisłej, łączyć się będzie wystawa zawodów graficznych. Wystawie nadano godło „Prasa".

W sprawie kredytów długoterminowych dla przemysłu. Bank Gospodarstwa Krajowego uruchomił dział długoterminowych pożyczek przemysłowych w obligacjach bankowych i przystępuje obecnie do rozpatrywania pierwszych wniosków pożyczkowych. Narazie działalność Banku rozciąga się na przedsiębiorstwa większe, t. j. takie, które przy zastosowaniu przewidzianych w statucie Banku norm szacunkowych mogłyby korzystać z pożyczki w wysokości przynajmniej 300 000 złotych w złocie, przyczem kwotę tę należy uważać tylko w miarę wytrzymałości kredytowej przedsiębiorstwa, zasadniczo zaś przedsiębiorstwo takie może korzystać również i z mniejszego kredytu. Nadmieniamy, że w myśl statutu Banku długoterminowa pożyczka przemysłowa musi być zabezpieczona w 50 proc. wartości gruntów, w 40 proc. wartości budynków i w ⅓ wartości maszyn, nieodzownie potrzebnych do prowadzenia przedsiębiorstwa i trwale połączonych z nieruchomością.

Niezależnie od powyżej określonej miary czyni wspomniany Bank pewne różnice pomiędzy poszczególnemi rodzajami produkcji, stawiając na pierwszem miejscu przemysł metalurgiczny, następnie chemiczny, dalej przemysłowe zakłady użyteczności publicznej (gazownie, elektrownie etc.), wreszcie inne indywidualnie traktowane rodzaje przemysłu z nowoczesną organizacją ze specjalnem uwzględnieniem przemysłu przetworów rolnych i z tem, że w pierwszej linji pożyczki udzielane będą w każdej z powyższych kategoryj tym zakładom przemysłowym, które są bezpośrednio związane ze sprawą obrony Państwa, bądź wprowadzają eksport nowych, do tej pory nieeksportowanych wytworów przemysłowych.

Długoterminowe pożyczki przemysłowe wypłacane będą w 7½%-owych obligacjach bankowych Banku Gospodarstwa Krajowego, zatem rozwój tego działu kredytów zależy od możności znalezienia odpowiedniego zbytu tych papierów.

Odnośne podania winny być kierowane bezpośrednio do Centrali Banku Gospodarstwa Krajowego w Warszawie.

Z przemysłu graficznego w Anglji. Tak w stolicy kraju Londynie, w którym istnieją liczne i olbrzymie drukarnie centralne, jakoteż na prowincji panuje od czasu powszechnego strajku górników nadal zastój; do normalnego, dawniejszego ruchu jeszcze daleko.

Nader interesującemi są zjawiska z ruchu angielskich pracowników graficznych. Stowarzyszenie zecerów w Londynie ogłosiło w tych dniach sprawozdanie za 1926 rok, z którego podajemy następujące dane: Na wsparcia strajkowe wydano w roku zeszłym razem około 75 000 funtów szterlingów. Pewnej liczbie pracowników bezrobotnych stowarzyszenie wypłacać będzie zapomogi jeszcze w roku 1927. Majątek stowarzyszenia zecerów, filji w Londynie wynosił pod koniec 1926 r. jeszcze tylko 55 696 funtów, kiedy u schyłku 1925 r. majątek wynosił był 132 793 funty szterlingów. Liczba członków stowarzyszenia zecerów wynosiła u schyłku 1926 roku 14 800 członków, czyli 55 więcej, aniżeli w roku uprzednim

Stowarzyszenie zecerów na Londyn i okolicę pouczone doświadczeniem, zganiło zasadniczo prądy skierowane ku wywołaniu strajku generalnego. Kierownictwo stowarzyszenia zecerów w Londynie przedłożyło było na olbrzymiem zgromadzeniu zecerów w Memorial Hall, Farringdon Street, następującą rezolucję:

„Stowarzyszenia pracowników graficznych nie dadzą się przenigdy wciągnąć w wir strajku generalnego. Nie do uwierzenia byłoby, ażeby rada generalna w przyszłości nadal zechciała taki eksperyment zastosować. Stowarzyszenia pracowników przekraczają swoje właściwe zadanie, jeżeli usiłują wytworzyć stosunki równające się rewolucji".

Tak organizacja pracowników graficznych w Londynie oceniła po 10 miesiącach strajk generalny, potępiając go bez ogródki. Takie same zdanie panuje o strajku generalnym w wszystkich trzech krajowych związkach pracowników graficznych. Eksperyment strajku generalnego był nader kosztowny i dotkliwy, o czem świadczą sprawozdania doręczone członkom stowarzyszeń pracowników graficznych.

Niebawem powstanie w północnej Anglji, w Manchester, obok „Daily Express" jeszcze „Daily Mail". Pracownicy graficzni powitali to bardzo życzliwie, ze względu na zwiększenie się sposobności do pracy. Po upadku czasopisma „Bradford argus" bezrobotni stąd pracownicy graficzni zyskali pracę w wspomnianem nowopowstającem czasopiśmie.

Zaznaczyć wypada, że zecer i drukarz angielski to inny typ ludzi, jak w innych krajach; na mrzonki bolszewickie krzywo patrzy, dorabiać się chce celową pracą. To też z uznaniem angielskie czasopisma fachowe donoszą o drukarzu J. W. Millerze, który niedawno obchodził 50-letni jubileusz pracy, a z tych 48 lat spędził w wydawnictwie „Yorkshire Post, z tych 12 lat jako faktor naczelny. Przez całe te 48 lat tylko dwa dni zmudził i nie przyszedł do pracy — wskutek choroby — co z naciskiem zaznaczają czasopisma angielskie.

Firma „Victor Jockel", Stolpen — Saksonja, wyrabia systemem Krüger'a, w pięciu rodzajach, bardzo praktyczne w użyciu klamry, służące do zawieszania mokrych, sklejanych ,oblepianych i t. p. arkuszy papieru, kartonów wzgl. tektur, które mają wyschnąć. Dzięki swej praktyczności, klamry te okazały się niezbędne w zakładach graficznych, litograficznych, przedsiębiorstwach kartoniarskich i t. d. Zwracamy uwagę na ogłoszenie.

Nowe pismo. W dniu otwarcia (24 kwietnia br.) radjotelefonicznej stacji nadawczej w Poznaniu, ukazał się numer 1 nowego tygodnika programowego, zawierającego programy stacyj polskich i zagranicznych, oraz bogatą treść redakcyjną, pod nazwą „Tydzień radjowy". Tygodnik informować będzie o wszelkich przejawach radjoamatorstwa. Wydawcami tygodnika są pp. K. Kreger i dr. Alkiewicz, prezes Radjoklubu Wielkopolskiego.

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu

Znaczenie i przyszłość Targów Poznańskich.

Różne są drogi, któremi państwa zdążają do wzbudzenia zainteresowania rynków obcych i do wymiany dóbr gospodarczych między organizmami gospodarczymi. Drogi te po większej części nie prowadziły do celu i zawodziły zwłaszcza tam, gdzie rozchodziło się o załatwienie sprawy bez znajomości kontrahentów obu stron.

Dopiero od czasu powstania Targów daje się zauważyć korzystny wzrost na lepsze. Targi zdobyły sobie odrazu wielką popularność i zaczęły od samego początku istnienia zdobywać pozycję o charakterze i znaczeniu międzynarodowem.

Jeżeli uprzytomnimy sobie, jakie były pierwsze zaczątki Targów i porównamy znaczenie ich w okresie dzisiejszym, to dostrzeżemy od razu wielką różnicę między tem, co było 3 lata temu jeszcze, a tem co jest obecnie. Pierwsze Targi powojenne miały raczej znaczenie zwykłej wystawy, przyczem nie trudno było wyczuć, że sfery gospodarcze idą niejako po omacku, że rozglądają w stosunkach powojennych, że nie orjentują się ani w zmianach gospodarczych ani politycznych. Jeżeli trudność taka dała odczuwać się w państwach tak potężnych jak Stany Zjed. i Anglja — to musiała tembardziej zauważyć i w Polsce, gdzie rozchodziło się przecież o ujednostajnienie gospodarczej całości pulsującej przecież przed wojną w poszczególnych częściach pod rządami zaborców odrębnem życiem. Dokonawszy w latach powojennych niejako przeglądu ogólnego naszego stanu posiadania oraz różnolitych metod pracy, przystąpił Targ Poznański jako jeden z pierwszych do zawierania pozytywnych tranzakcji handlowych oraz do zetknięcia odbiorców z nowymi dostawcami.

Aczkolwiek doniosłość zapoczątkowanej akcji spotkała się z powszechnem uznaniem zainteresowanych sfer kupieckich i przemysłowych, znalazło się dużo pesymistów, którzy wróżyli Targom krótki tylko żywot i przepowiadali, że zjawi się znowu dawna postać komiwojażera, obwożącego próbki towarów po prowincji i nawiązującego kontakt między wytwórcą a kupcem.

Takie pesymistyczne przepowiednie nie ziściły się: przeciwnie życie wykazało, że przestarzałe formy i możliwości nawiązywania łączników między przemysłem czy to hurtownikiem kupieckim a kupcem, operującym w detalu ustąpić musiały potężnemu rozmachowi, jaki nadały całemu życiu gospodarczemu Targi. Znikły zatem prowizorycznie stawiane budynki z desek i tektury, znikły tymczasowe namioty, a w ich miejscach stanęły potężne, przestronne gmachy i budowle żelazno-betonowe, których przeznaczenie zakrojone zostało na daleką przyszłość. Żeby nie sięgać daleko, wskażemy tu chociażby na potężne rozbudowanie Targów Poznańskich, których Dyrekcja rokrocznie wprowadza stałe, na daleką metę zakrojone ulepszenia pod względem lokowania nadesłanych eksponatów. To, co zdziałały Targi Poznańskie w roku ubiegłym zaimponowało nawet naszem z ukosa na wszystkie nasze poczynania gospodarcze spoglądającym sąsiadom Zachodu.

O przyszłych planach Targu mówić dziś jeszcze nie pora, nie podobna jednak nie wspomnieć o tem, że również i zewnętrzna szata, jaką nadał Miejski Urząd Targów w całości, przyczyniła się do nadania jej rozrostu w ogólnem znaczeniu, odpowiadającemu potrzebom współczesnym.

Zainteresowanie się Targami Poznańskiemi wzrasta stale, korespondencja sięga w jaknajdalsze krainy, zgłoszenia o stoiskach napływają na kilka miesięcy przed rozpoczęciem Targów. Co więcej, wystawcy lat ubiegłych z małemi tylko wyjątkami starają się o miejsca w rozszerzonych rozmiarach oczywiście na podstawie przeprowadzonych kalkulacji i doświadczeń, opłacanych kosztów i osiągniętych zysków.

Konieczność wystawiania eksponatów na Targach, konieczność zapoznania się z wytwórczością, z nowemi zdobyczami techniki, z wynalazkami, metodami pracy, jest chyba ewidentna i nie potrzeba jej specjalnie uzasadniać. Każdemu kupcowi i przemysłowcowi zależy chyba na tem, aby zapoznać się i nietylko z postępami we własnej branży i pozyskać jaknajszerszy na nie pogląd, ale również ażeby zapoznać się z gałęziami dalszemi w zależności własnej dziedziny pracy od innych.

Targi w Poznaniu mają specjalne dane po temu, aby nabrać znaczenia i charakteru o jaknajdalszym międzynarodowym zakresie. Poznań położony tak, że

tworzy niejako jedną z przełęczy najważniejszych na pomoście między Zachodem a Wschodem, sięgający swymi bezpośrednimi wpływami gospodarczymi do G. Śląska i ku morzu, przedstawia dla zagranicznych rynków zwłaszcza doskonały teren odnalezienia tego, czego im potrzeba. Odkąd Targi Poznańskie łączą węzły ścisłe z Zachodem, odkąd ich ekspansja sięga het aż poza kraje zamorskie, odkąd wzbudziły zainteresowanie w Anglji, Francji, Grecji, Persji, Turcji, Brazylji itd. itd., odkąd każdy kupiec i przemysłowiec, zmierzający do udoskonalenia swego przedsiębiorstwa nie powinien pomijać okazji jaką daje mu Targ Poznański, czy to przy pokazaniu tego co może zainteresować swoich i obcych, czy to zobaczenia tego co czynią inni.

Rola Targów Poznańskich w naszym handlu.

W organizowaniu naszego życia handlowego w ostatnich latach poczyniliśmy znaczne postępy. Mimo poważnych trudności, które stawały na przeszkodzie rozwojowi handlu, dzięki inicjatywie i wysiłkom twórczym, zdołano polski handel wprowadzić na drogi realnego działania i nasycić go w znacznym stopniu, o ile chodzi o konjunktury zagraniczne. Ma to poważne znaczenie, a skutki tego postępu dają się już widocznie zauważyć. Państwa zachodnie Francja, Anglja czy Niemcy przez długie lata zwracały szczególną uwagę na zorganizowanie celowe własnego handlu, dokładnie oceniając jego znaczenie w układzie sił gospodarczych. Wiadomo bowiem jak szerokie możliwości gospodarcze, kulturalne, wreszcie polityczne ma przed sobą dobrze zaprowadzony system polityki handlowej. Oczywista, że od stanu rozwoju handlu uzależniony jest ściśle i rozwój produkcji danego kraju.

Polska z tytułu samego położenia geograficznego i bogactw naturalnych stanowi pod względem handlowym szczególnie pomyślne widoki. Dotychczasowy dorobek ożywienia i uruchomienia aparatu handlowego nie odpowiadał tej roli, jaką mogła i powinna odgrywać. Wiele złożyło się po temu przyczyn. Za główne dotychczas niedomaganie naszego handlu zagranicznego należy uważać brak bezpośredniej łączności z krajami, które konsumują lub konsumować by mogły nasze produkty. W parze z tem dotkliwie odczuwano u nas pośrednictwo obce najbliższych sąsiadów: Niemiec, które eksploatowały silnie na teren, co w rezultacie ułatwiło im przy odpowiedniej propagandzie odgrywanie roli nieprzyjaznego arbitra w zakresie stosunków gospodarczych w Polsce. Pozatem dawały się we znaki: szczupła znajomość rynków zagranicznych, niedostatek informacji rzeczowych, brak ajentów handlowych. Odbijało się to wszystko niekorzystnie na naszym handlu w następstwie i na wytwórczości.

Dziś położenie zmieniło się znacznie na lepsze. Zagranica przewartościowała opinję swoją o Polsce i jej walorach gospodarczych. Przemysłowiec i kupiec polski wchodzi już w obecnych warunkach na rynki zagraniczne z przekonaniem tem większem, że wynika z wzajemnego zrozumienia. Dzisiaj otwierają się przed handlem polskim nowe horyzonty. Poszczególne kraje dzięki otrzymywanym wiadomościom o Polsce oraz żywiej działającej służbie informacyjnej interesują się naszymi stosunkami gospodarczymi. Charakterystyczne, że kraje dogodne dla zbytu polskich towarów, same poszukują łączności z polskim przemysłowcem i kupcem.

W tym kierunku bardzo ciekawe przyczynki dostarczają stale Targi Poznańskie. Instytucja ta o charakterze międzynarodowym, istniejąca już od 7 lat, prowadzi działalność niezmiernie pożyteczną, a mająca na względzie ożywienie naszego handlu. Wydział Zagraniczny Targów Poznańskich rozporządza znacznym aparatem organizacyjnym: posiada zagranicą przeszło 80 własnych przedstawicieli i korespondentów w ważniejszych ośrodkach gospodarczych. Za ich pośrednictwem, bądź bezpośrednio od zagranicznych instytucji gospodarczych, poważnych firm, Targi Poznańskie otrzymują stale wiadomości pochodzące z pierwszego źródła, a donoszące o konjunkturach i zapotrzebowaniach rynków zagranicznych. Z wiadomości tych korzystają nasi kupcy i przemysłowcy. Dzięki celowo zorganizowanej służbie informacyjnej Targi Poznańskie cieszą się uznaniem powszechnem w sferach gospodarczych: na tej drodze bowiem przemysłowcy i kupcy zdołali wejść w ścisłą łączność z zagranicą, zawierając niejednokrotnie poważne tranzakcje. Posiada to doniosłe znaczenie: w ten sposób dokonuje się współpraca gospodarcza Polski z zagranicą i ustalają się drogi naszej ekspansji.

Działalność Targów Poznańskich w okresie 7 lat zdołała się tak rozwinąć, że uwaga zagranicy zwrócona jest na Targi szczególnie widocznie. Wystarczy przejrzeć rejestry dotychczasowych rezultatów, jakie przyniosły Targi. W tegorocznym Międzynarodowym Targu w Poznaniu zagranica bierze walny udział, Francja, Belgja, Szwajcarja, Włochy, Austrja, Czechosłowacja, Kraje Bałkańskie, Bałtyckie i Skandynawskie, pozatem Turcja, Persja, Brazylja reprezentowane będą na tegorocznym Targu. Dodać należy, że wielki krok w kierunku handlowego usamodzielnienia się uczyniliśmy dzięki Targom Poznańskim. Działalność Targów dotarła do Turcji, Chin, Syrji, Mezopotamji, Egiptu, Algieru, Australji, Ameryki Południowej i Północnej. Powyższe dane są nader wymowne, aby rozwodzić się nad ich znaczeniem.

Targi Poznańskie leżąc w ważnym punkcie węzłowo komunikacyjnym z zachodu na wschód, z południa na północ, odgrywają poważną odpowiedzialną rolę nietylko o charakterze gospodarczym, lecz i wybitnie państwowym. Dziś przemysłowiec i kupiec zagraniczny we własnym interesie, zwracając uwagę na Polskę, nie może pominąć Targów Poznańskich, widząc w nich instytucję, trzymającą rękę na pulsie polskiego życia gospodarczego, a współpracującą przytem owocnie z zagranicą. Pozycja gospodarcza Targów Poznańskich z każdym rokiem nabiera wyrazu, a jeśli chodzi o widoki na przyszłość, to Targi Poznańskie dają najlepszą gwarancję swego rozwoju dzięki twórczej i planowo prowadzonej pracy.

Spodziewać się należy, że tegoroczny Międzynarodowy Targ w Poznaniu odda znaczne usługi, tak jak poprzednie, życiu gospodarczemu w Polsce.

Komunikaty Targu Poznańskiego.

Biuro kwaterunkowe.

znajdujące się na głównym dworcu, bezpłatnie przydziela mieszkania przybywającym na Targi, oraz udziela wszelkich informacyj.

Przewodnik Targowy.

Dla wygody wystawców i gości wyszedł specjalny „Przewodnik Targowy" (spis wystawców), który nabyć można w Biurze Kwaterunkowem, oraz w kasach biletowych.

Poczta, P. K. O., „Orbis" — na terenie Targu.

Teren targowy i pawilony są otwarte dla gości od 9—18 godziny.

Na terenie Targu jest obszerna nowoczesna restauracja, a w każdym pawilonie są zimne bufety.

We wszystkich pawilonach mieszczą się telefony dla rozmów miejscowych. Rozmowy zamiejscowe zamawiać można w Urzędzie pocztowym na terenie Targu.

Na terenie Targu są również czynne biuro sprzedaży biletów kolejowych „Orbis", Oddział Czerwonego Krzyża, P. K. O., Poczta, Policja Państwowa i Straż Pożarna.

Przy głównem wejściu na Targ jest wyłożona książka do zapisywania spotkań w sprawach handlowych.

Szereg instytucyj gospodarczych w Poznaniu urządza dyżury w swych biurach na terenie Targu, dla informowania przyjezdnych.

Propaganda w czasie Targu.

Dyrekcja Targów Poznańskich, doceniając znaczenie propagandy i reklamy firm, które wystawiają na tegorocznym Międzynarodowym Targu w Poznaniu, zorganizowała w tym kierunku cały aparat. Między innymi w porozumieniu z radjofoniczną stacją nadawczą w Poznaniu uruchamia podczas Targów gigantofony na terenach wystawowych. Przez te gigantofony między 1 a 8 maja codziennie od godziny 11—13 i od godz. 15—18 podawane będą ścisłe informacje firm wystawiających na Targu. Dzięki tej inowacji zaprowadzonej przez Dyrekcję, można się słusznie spodziewać, że na tej drodze wszyscy wystawcy zechcą propagandę czynić w dobrze zrozumianym własnym interesie. Przez gigantofony nadawane będą specjalne teksty w porozumieniu już bezpośrednim z poszczególnymi wystawcami i firmami.

Karty wstępu.

Dyrekcja Międzynarodowych Targów w Poznaniu podaje do wiadomości, iż w tym roku karty wstępu na Targ nie będą sprzedawane przez prywatne biura i Związki, lecz tylko nabyć je można przy przyjeździe do Poznania w Biurze Kwaterunkowem Urzędu Targu na Głównym Dworcu, lub przy kasach wejściowych.

Bilet wstępu kosztuje w dniach 1 maja oraz 8-go maja 5 złotych, w inne dni 4 złote. Sprzedaje się tylko bilety jednorazowe oraz bilety blokowe na trzy wejścia na Targ za cenę 10 zł.

Zniżki kolejowe.

Ulgi rumuńskie. Dyrekcja Targu komunikuje, iż odebrała oficjalną wiadomość z Poselstwa R. P. w Rumunji, że koleje rumuńskie przyznały 50-procentową zniżkę dla zwiedzających Targi Poznańskie, zaś Państwowa Żegluga Rumuńska zgodziła się obniżyć swą taryfę dla udających się w tym celu do Polski z Konstantynopola i Pireusa do Konstancy i z powrotem.

Polskie Koleje Państwowe. Dla zwiedzających i wystawców tegorocznego Targu Międzynarodowego w Poznaniu przyznały zniżki kolejowe w drodze powrotnej z Poznania w wysokości 66⅔ proc. na pociągi osobowe, ważne również i na pociągi pospieszne, za normalną dopłatą. Zaświadczenia na ulgi kolejowe udziela specjalne biuro na terenie Targów. Dla przyjezdnych istnieje Biuro Kwaterunkowe na Głównym Dworcu w Poznaniu, czynne bez przerwy.

Min. Kolei Czeskosłowackich zezwoliło dla uczestników Międzynarodowego Targu Poznańskiego na zniżkę 33 proc. z opłaty kolejowej. Ze zniżki tej korzystać mogą: wszyscy uczestnicy w Targu Poznańskim, także ci, którzy tylko przejeżdżają przez Rzeczpospolitą Czechosłowacką. Wymienona zniżka jest ważna 5 dni przed rozpoczęciem i 5 dni po ukończeniu Targu. — Zniżki kolejowej udziela się za wykazaniem się legitymacji wydanej przez Dyrekcję Targu Poznańskiego. Bliższych informacyj udzielają: Dyrekcja Targu Poznańskiego, Konsulat Polski w Pradze i reprezentant Targów Poznańskich „Bohemia" Internationale Transport A. G. Praha II.

Austrja udzieliła zniżek kolejowych na kolejach austrjackich w wysokości 25 proc. w obie strony dla wystawców i zwiedzających Międzynarodowe Targi Poznańskie.

Zniżki na linjach lotniczych.

Polska Linja „Aerolot" udzieliła wszystkim wystawcom i zwiedzającym Targi Poznańskie, oraz udającym się z Wiednia do Poznania, 50 proc. zniżki na jazdę samolotem na wszelkich linjach „Aerolotu". Dla przesyłek eksponatów przyznano również 50 proc. zniżki.

Ulgi w sprawie ochrony wynalazków, wzorów i znaków towarowych na Targu.

Rozporządzenie Ministra Przemysłu i Handlu z dnia 23 marca b. r. Dz. Nr. 36 poz. 323 przyznaje Międzynarodowemu Targowi, mającemu się odbyć w Poznaniu od 1—8 maja 1927 r. włącznie, ulgi w sprawie ochrony wynalazków, wzorów i znaków towarowych. Tekst rozporządzenia brzmi:

Na podstawie art. 3 ust. 3, art. 82 ust. 3 i art. 115 ust. 2 ustawy z dnia 5 lutego 1924 r. o ochronie wynalazków, wzorów i znaków towarowych (Dz. U. R. P. Nr. 31 poz. 306 zarządzam co następuje:

§ 1. Publikacja i jawne stosowanie wynalazku lub wzoru, wystawianych na Międzynarodowm Targu w Poznaniu, nie będzie przeszkodą do uzyskania patentu lub zarejestrowania wzoru, o ile nastąpiły po dacie wystawienia, zgłoszenie zaś wynalazku lub wzoru w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej nastąpiło przed upływem sześciu miesięcy od daty wystawienia. Pod temi samemi warunkami nie będzie przeszkodą do uzyskania patentu lub zarejestrowania wzoru i samo wystawienie wynalazku lub wzoru na Międzynarodowym Targu w Poznaniu, jak również inne zgłoszenie, dokonane w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej po dacie wystawienia.

§ 2. Zgłoszenie w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej znaku towarowego, umieszczonego na towarze, wystawionym na Międzynarodowym Targu w Poznaniu, będzie korzystało z prawa pierwszeństwa przez sześciomiesięczny okres czasu, rozpoczynający się od daty wystawienia.

§ 3. Do zgłoszenia wynalazku, wzoru lub znaku towarowego, wniesionego do Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej z powołaniem się na ulgi określone w §§ 1 i 2 niniejszego rozporządzenia, winno być dołączone zaświadczenie dyrekcji Międzynarodowego Targu w Poznaniu, stwierdzające przedmiot i datę wystawienia.

§ 4. Rozporządzenie niniejsze wchodzi w życie z dniem ogłoszenia.

Udział zagranicy.

Zagranica na tegorocznym Targu jest reprezentowana przez firmy z następujących krajów: Francja, Belgja, z Kolonjami, Szwajcarja, Anglja, Danja, Czechosłowacja, Austrja, Grecja, Turcja, Palestyna, Persja, Brazylja. Pozatem przez swych reprezentantów w Polsce wystawiają firmy amerykańskie i niemieckie. Pertraktacje w sprawie kolektywnej wystawy łotewskiej, rumuńskiej i z Kaukazu dobiegły końca. Zapowiedziane są również wycieczki z Syrji, Persji, Jugosławji, Bułgarji, Włoch, Estonji, Holandji, oraz innych krajów.

Z powyższego wynika, że nietylko nieomal cała Europa, lecz i kraje zamorskie są zainteresowane Międzynarodowemi Targami w Poznaniu.

Jak liczne pod względem ilości uczestników będą wycieczki, dowodzi fakt, że sama wycieczka turecka ma się składać z 20 do 30 osób.

Wycieczki.

Międzynarodowe Targi w Poznaniu donoszą, że otrzymały telegraficzną wiadomość od prezesa Związku Kupców w Nowym Jorku, iż w nocy z 3 na 4 maja przybywa wycieczka kupców amerykańskich w liczbie 50-ciu, celem zwiedzenia Targów.

Dyrekcja Targów Poznańskich otrzymała wiadomość, że na Międzynarodowy Targ w Poznaniu w okresie od 6—8 maja przybędzie wycieczka Zjednoczonych Klubów Handlowych Polski w Chicago, licząca 100 kilka dziesiąt osób. Wycieczka ta składa się z przedstawicieli świata przemysłowo-handlowego w Chicago, a jej celem jest nawiązanie łączności z polskiemi sferami przemysłowo-handlowemi, którzy wezmą walny udział w tegorocznych Międzynarodowych Targach w Poznaniu. Dyrekcja Targu ze swej strony zorganizowała program przyjęcia tej tak sympatycznej wycieczki braci naszej z za oceanu, oraz nawiązała w tym kierunku łączność z przedstawicielami naszych organizacyj handlowo-przemysłowych. Sądzić należy, że pobyt Polaków amerykańskich w Poznaniu przyczyni się do ściślejszego nawiązania łączności z całą emigracją polską w Stanach Zjednoczonych.

Dyrekcja Targów Poznańskich otrzymała wiadomość, która zainteresuje wszystkie firmy prowadzące handel ze Stanami Zjednoczonemi. Dla informacji tych firm Dyrekcja Targów podaje, że na podstawie rozdziału 304 amerykańskiej taryfy celnej, wszelkie artykuły wwożone w granice Stanów Zjednoczonych, winny być oznaczone w języku angielskim nazwą kraju pochodzenia towaru, np. z Polski — znakiem „Made in Poland". W przeciwnym bowiem razie towary, nie oznaczone w powyższy, sposób podlegają opłacie karnej w wysokości 10 proc. wartości towaru. Z powodu licznych wypadków niezastosowanie się do powyższych przepisów, eksporterzy polscy zostali narażeni na znaczne straty, czego można uniknąć, pamiętając o powyższych przepisach.

O prawdę i pomysłowość w reklamie.

Reklama, która w nowoczesnym ustroju naszego bytu tak potężną rolę odgrywa, że mówi się o niej jako poważnym czynniku kulturalnym, jest w rzeczywistości nieco podejrzanego pochodzenia. Znawcy i historycy dowodzą, że pochodzenie reklamy sięga czasów zamierzchłych, starodawnych, jak o tem świadczą wykopaliska dokonane przez uczonych badaczy epok minionych. Chińczycy, ci królewscy kupcy Wschodu, posługiwali się reklamą przed tysiącami lat. Sposoby reklamy poprzez bieg historji ludzkości przybierały różne kształty i formy. Na ogół ojcowstwa reklamy stosowanej dopatrują się biegli w okresie średniowiecza, a stosowali ją najgorliwiej — szarlatani. Oni to, ówcześni aptekarze i znachorzy wędrowali po jarmarkach z miejsca na miejsce, a gdy tylko swą kramnicę na rynku ustawili, tak zaczęli bębnić w kotły lub grać na fujarce, a zgromadziwszy liczniejszy zastęp gapisiów i chętnych zakupu zaczęli z trybem zaimprowizowanych wygłaszać mniej lub więcej uczone dykteryjki, zachwalając pod niebiosy swe cudowne maści i proszki oraz lekarstwa w sposób zazwyczaj tak natrętny, że za nic w świecie aptekarze i drogerzyści naszych czasów nie zechcieliby, nie potrafiliby poprostu naśladować protoplastów swego zawodu. O jednołgarstwo mniej lub więcej nie chodziło im, zawodowym bałamutom i łgarzom! Tę samą miksturę, która jednemu służyć miała jako środek przedłużający życie, sprzedawali innemu jako napój miłosny lub środek ku uzyskaniu urody. Fatałaszki błyskotliwe, fałszywe świecidełka i podrobione „klejnoty" zalecano i sprzedawano jako przedmioty cenne i kosztowne, a kto kupując towar nie zważał odpowiednio, tego też nieraz skrzywdzono dotkliwie fałszywą miarą i wagą, czego w naszych czasach zasiedziały kupiec stanowczo unika, wiedząc dobrze, że oszukawszy raz klijenta traci się go na zawsze. A któż to nie widział, zwiedzając galerję sztuki średniowiecznej, owych miedziorytów z 16 względnie 17 stulecia i nie pokiwał nad niemi głową?! Przedstawiają one sceny jarmarczne, mianowicie kupujący starannie bada towar, gdy handlarz okrężny z swej strony bada podaną monetę kupującego, czy nie jest fałszywą, biorąc ją pomiędzy zęby i nagryzając, czy czasem nie jest podrobioną z ołowiu!

Z owych to niezbyt sympatycznych czasów i stosunków, z naszego punktu widzenia dziwacznych, z biegiem czasu, powoli ale stale wyrabiała i uszlachetniała się reklama nowoczesna. Godziwy kupiec, zacny, bogobojny i cnotliwy, który zrazu z obrzydzeniem patrzał na krzykliwe i obłudne praktyki reklamy kłamliwej i wybujałej, z biegiem czasu przychodził do przekonania coraz silniej, że reklama to potęga to podstawa bytu i rozwoju handlu, to skuteczny środek, który kantor względnie skład handlowy zapełnia nabywcami nowymi, zdolny też znajomość posiadanego towaru roznieść pomiędzy najliczniejsze rzesze nabywców. Kupiec fachowy spostrzegł, że i najlepszy towar nie może odrzucać żadnych korzyści, jeżeli się go w sposób odpowiedni nie zaleci, nie ogłosi publicznie, wszem i wobec, że u niego można go korzystnie nabyć. Tak więc zwrócił się — mianowicie z początkiem ubiegłego stulecia, kupiec zasiedziały ku dziedzinie reklamy, od której dawniej stronił. Dziś wszyscy chyba wiemy i przekonani jesteśmy o tem, jak potężną rolę odgrywa stosowna i pomysłowa reklama w życiu handlowem.

Jasną i zrozumiałą jest rzeczą, że zasiedziały handlowiec, który zmierza ku zdobyciu klijenteli stałej,

instrumentem reklamy inaczej posługiwać się będzie aniżeli handlarz okrężny, który stale przenosząc się z miejsca na miejsce starannie unika przybycia ponownego do miejscowości, w której już raz żerował i pozostawił po sobie pamięć wyrafinowanego oszusta. Jeżeli sobie zatem rozważymy odmienne wprost stanowisko społeczne i odrębne od ruchomego handlarza zadanie kupca i przemysłowca, wówczas nie zdziwi nas wcale zjawisko, tak częste zwłaszcza w dobie współczesnej, że właśnie z kół handlowych coraz głośniej i potężniej odzywa się znamienny głos w kierunku stosowania prawdy w zwykłej a nawet pomysłowej reklamie. Blaga nie opłaca się w naszych czasach. Nie pomaga, lecz szkodzi. Nie zdziwi nas też z tego punktu widzenia zjawisko, że zasada głoszenia prawdy przy zalecaniu towaru coraz żywszem echem odzywa się z sfer poważnie kombinującego kupiectwa i że odgłosy te zamilknąć nawet nie chcą!

Rzecz oczywista, że i w dobie współczesnej nie wszystko jest w miłem porządeczku w dziedzinie reklamy stosowanej, wyrażającej się krzykliwie, niewłaściwie, pyszałkowato albo nawet dosyć często wprost zwodząco, oszukańczo. Nieraz pyszałkowata reklama jest tak przejrzystą, tak widoczną, że stosujący ją kupiec i przemysłowiec chcący sposobem niegodnym naśladowania sam siebie oszukuje, tracąc dotkliwie na kosztach wyłożonych na niewłaściwą reklamę. Nie pomogą jeremiady na gazetę, że reklama przez nią się nie opłaca. Nie gazeta jako taka jest winna, lecz tenor danego inseratu. Nie trzeba, jak dawniej, kupującego uważać za głupca, któremu pięknemi zalecankami można „wkręcić“ kiepski towar, lecz trzeba kupującego traktować poważnie, trzeba umiejętnie zdobywać i zaskarbić sobie jego zaufanie. Każdy z nas niezawodnie przypatrzył się na targach i jarmarkach sposobom krzykackim „taniego kupca“, którego potoku słów nikt poważnie nie bierze. On jest zresztą z prostej linji potomkiem średniowiecznego handelesa jarmarcznego, a równocześnie jednym z najmniej szkodliwych przedstawicieli wszystkich tych, którzy i w naszych czasach nie mogą się przyzwyczaić do zasady nowoczesnej, do stosowania prawdy także w reklamie. O wiele więcej szkodliwe są przesadne zalecanki przyodziane w szatę reklamy handlowej, które mianowicie we formie inseratu zwracają się do szerokich kół publiczności. W tym kierunku grzeszą mianowicie kupcy w dobie współczesnej. Oni to posiadają „najlepszy fabrykat światowej sławy“, oni to powtarzają stale „nigdy nie powtarzająca się sposobność korzystnej oferty i taniego zakupu“ lub „nie potrzebują się obawiać żadnej konkurencji, tak przednim i tanim jest ich towar“. Gdy jeden z nich towaru „pozbywa się za bezcen, bez zysku, z stratą nawet“, to inny znowu głosi, że towar wprost „daruje“ — za „tanie“ pieniądze oczywiście. Najmędrsi z nich nawet głoszą w obszernych, kosztownych inseratach zdanie, że „właściwie nie potrzebują wcale dbać o reklamę, gdyż towar ich sam za siebie się poleca“.

Dowcipna, pomysłowa głowa może nieraz z podobnej, czczej i przesadnej reklamy bić kapitał. Tak naprzykład w tej materji zachowała się wieść o zdarzeniu z lat ośmdziesiątych zeszłego stulecia, bardzo zabawna, która swego czasu obiegła prasę światową. — Na pewnej ulicy w Londynie pędziło żywot trzech szewców, którzy wzajemnie jeden drugiemu starali się odbić klijentelę i w tym celu przesadzali się w reklamowaniu swych zdolności. Pierwszy z nich pochwalił się na godle swym jako „najlepszy szewc w całej Anglji“. W kilka dni potem prześcignął go drugi szewc, który najbezczelniej zalecał się na godle firmowem jako „najlepszy szewc na całej kuli ziemskiej“. Nie trwało długo, a i trzeci szewc kazał przemalować dotychczasowe godło swe, zachwalając się jako „najlepszy szewc tej ulicy“! O mało współzawodnikom z tego powodu żółć nie pękła! Ostatni szewc na reklamie swej wyszedł najlepiej, wsławił się w Londynie od razu, gdy sprawę poruszyły gazety i ludziska czytający śmiejąc się do rozpuku biegli do składu poznać tak pomysłowego, dowcipnego szewca. Najwięcej miał zwolenników i niezawodnie też klijentów, gdyż pomysłowa głowa szewca ręczyła, że szyje najlepsze obuwie.

Na czoło potężnej reklamy wybił się za naszych czasów inserat, oczywiście właściwie ujęty, pomysłowo zredagowany. Z historji gazet i czasopism wiadomo nam, że pierwsze ogłoszenie — inserat gazetowy — zrodził się 12 kwietnia 1649 r., po południu, w Londynie. Wśród gęstej mgły, znamionującej nadmorski Londyn, przebijało zaledwie światło ówczesnych, niemiłosiernie kopcących olejnych latarń ulicznych. — Wielce szanowny wydawca, redaktor naczelny i jedyny oraz równocześnie zecer i drukarz w jednej osobie, kierownik czasopisma „Impartial Intelligences“ siedział zadumany w oficynie swej, gdy naraz usłyszał niespodziewane przy tak gęstej mgle ulicznej ciężko stąpające w korytarzu czyjeś kroki, a w chwilę potem żywe stukanie w drzwi lokalu redakcyjnego. — W drzwiach ukazała się dostojna postać pewnego pana, w którym wydawca i redaktor poznał wielce szanownego gentlemana sir Horsenfrienda, który wprawił go w niemałe zdumienie. Otóż Horsenfriendowi podczas gęstej mgły w nocy ubiegłej skradziono dwa ulubione rumaki czystej krwi angielskiej, które za wszelką cenę chciał mieć z powrotem i w tym celu zwrócił się do redakcji wydawnictwa, prosząc o umieszczenie odpowiedniego artykuliku w gazecie. Redaktor i wydawca był zdumiony z tego powodu, popadł w nielada kłopot! W swem czasopiśmie bowiem podawał starannie, skrzętnie uzbieraną kronikę miejską, opisywał przyjazdy dygnitarzy i osobistości znakomitych do Londynu, podawał zdarzenia ważniejsze z całego świata, o wojnach, katastrofach, przewidywaniach i przepowiedniach i niesamowitych zjawiskach astronomicznych, wróżbach astrologów i t. p., atoli — o kradzieży zwykłej, mianowicie koni — nie, o takich wydarzeniach codziennych i rzeczach pospolitych pisać, nie, o tem podówczas nikomu nie śniło się nawet. Byłaby to, zdaniem jego, przecież poprostu profanacja literatury politycznej i obyczajowej, a w dodatku zniesławieniem przezacnej sztuki drukarskiej, uchodzącej wówczas za pierwszorzędne dzieło sztuki i arcyważną zdobycz na niwie kultury ludzkiej. Z tych, tak ważnych wówczas powodów, z skrupułu, którego dzisiaj nie znamy, odmówił przyjęcia i ogłoszenia w swym organie artykuliku o banalnej treści, dotyczącej jakiejś tam kradzieży koni. Atoli sir Horsenfriend widocznie to przeczuwał, w chwili bowiem decydującej złożył z własnej pobudki na stole redakcyjnym pokaźną na owe czasy gromadkę monet srebrnych, których brzęk po dzień dzisiejszy mile łowi każde ucho, nietylko u Anglika. Wydawca, redaktor, zecer i drukarz w jednej osobie zaczął wyłuszczać swoje skrupuły, że uczynkiem takim zaszarga cnotę i dumę zawodową, że straci reputację, ale czynił to słabiej i coraz słabiej, a gdy sir Horsenfriend, zapalo-

ny amator rasowych koni, kilka sztuk drobnej monety srebrnej dołożył bez namowy, wówczas skrupuły wydawcy i redaktora poszły w las, uduchowione, rozmarzone oblicze redaktora „Impercial Intelligences" się znacznie ożywiło, uchwycił przeto gęsie pióro, zamarzyści zagłębił je w kałamarzu, a następnie „rąbnął" sążnisty artykulik o gorszącej pladze wstrętnych złodzieji, donosząc wszem i wobec o krzywdzie niesłychanej, jaka się stała przezacnemu, znanemu redakcji z szlachetności osobistej sir Horsenfriendowi, wzywając wszystkich bogobojnych obywateli do tępienia zbrodni i wydania rzezimieszków w ręce karzącej sprawiedliwości, ażeby takie potępienia godne wybryki najpotworniejszych koniokradów raz na zawsze ustały i żeby przezacnemu sir Horsenfriendowi każdy gorliwie dopomógł do odzyskania jego nieodżałowanych ulubieńców, rasowych wierzchowców, stanowiących największe szczęście i osłodę tak zacnego i ofiarnego obywatela kraju, jakim jest sir Horsenfriend.

W takich okolicznościach zrodził się pierwszy, znany w historji gazet, płatny inserat. Ciekawe, co? Przeglądając stare, po bibljotekach muzealnych zachowane roczniki czasopism z schyłku ośmnastego stulecia, zaznaczyć mi wypada, że struktura inseratów ówczesnych była zupełnie odmienna od ogłoszeń nowoczesnych. Umieszczano takowe, w zestawie gładkiego wiersza, pomiędzy kroniką miejscową. Należy przyznać, że inserat słusznie oceniano nietylko jako ważne źródło dochodu wydawnictwa, lecz równocześnie jako wybitny szczegół informacyjny, mile widziany i chętnie czytywany przez praktycznie orjentujących się czytelników.

W naszych czasach zasypia powoli zbywanie płodów sztuki graficznej sposobem okrężnym, jak to bywało ongiś, w średniowieczu, po jarmarkach i odpustach. Któż to z nas starszych nie pamięta owej literatury ludowej, nabywanej na zanikających w dobie współczesnej coraz więcej jarmarkach, owych żywotów świętych za trzy, pięć i 10 fenigów, droższych przepowiedni królowej Saby, senników egipskich, Kaspra Pokraki, Urbana Długonosa i t. p. związanych tak ściśle z drukarnią i firmą wydawniczą Fiołka z Chełmna na Pomorzu?

Albo czyż to starsza generacja fachowa nie pamięta z lat młodości owej niepochwalnej produkcji graficznej w językach polskim względnie niemieckim, owych broszurek opisujących morderstwa wstrętne, na czem zbogaciła się pewna drukarnia w Świebocinie (Schwiebus)? Na jarmarku, na widowni, ustawiano zamalowane pospolitemi scenami zbrodniczemi płótno, obok którego stał okrężny „księgarz", kręcił kolbą katarynki i w celu zwabienia ciekawskich przyśpiewywał z humorem mało dowcipne piosenki.

Wszystko się chichotało, a „księgarz" łatwy miał zbyt na literaturę o mordach i morderstwach, zbywając się takowej po 10 fenigów za trzy rozmaite egzemplarze. Doprawdy, resztki średniowiecza, za naszych czasów staczają się i giną w pomroce historji zgasłej reklamy minionej bezpowrotnie epoki!

Inne czasy, inne wymogi kulturalne, inna też reklama wybija się na widownię współczesną. Wszelkie przecholowanie reklamy stosowanej nigdy nie przynosi zysku przedsiębiorstwu, tem mniej, jeśli posługuje się nią przedsiębiorstwo rzeczywiście poważne, im jest większe i jeżeli mnogą ilość konsumentów zalicza do swej klijenteli. Jeżeli przemawia ktoś do setek tysięcy, to bierze odpowiedzialność tem większą na siebie za powodzenie, względnie niepowodzenie reklamy, stosowanej w ostatnim czasie nawet przez radjo. Co się twierdzi publicznie, to koniecznie musi być prawdziwe, gdyż towar, który znajduje się w wielu rękach, zezwala zawsze na sprawdzenie zalety względnie wadliwości. Każde nieścisłe dowodzenie bywa niezadługo zdemaskowane i niby powracająca fala odbija się i wraca na głosiciela nieprawdy we formie przykrego, zabójczego nieraz bojkotu, tem surowiej, im głośniej tandetę swą zalecał.

Im trudniej, mozolniej można towar lichy zbywać posługując się przez dłuższy okres reklamą ufundowaną na zaletach zmyślonych, tem łatwiej i sympatyczniej głosić prawdę o produkcji przedniej i upowszechniać takową w coraz to szerszych kołach publicznych. Często i z powodzeniem stosuje się w naszych czasach reklamę upowszechniającą wiadomości o wyrobie i składnikach danego wyrobu i towaru, podane tak dostępnie, że nabywca wyrobić sobie łatwo może własne zdanie o polecanej produkcji lub towaru poszczególnego. Przez tego rodzaju działalność fachową, uświadamiającą, konsument powoli zyskuje zaufanie do danego towaru, poznaje też fabrykanta i podziwia tegoż starania w kierunku coraz to dalszego doskonalenia danej produkcji, którą zresztą może zbadać, czy zalecanki reklamowe zasługują na zaufanie, lub też nie. Kupiec, który zadanie swe upatruje w pozyskaniu zaufania klijenteli, starać się będzie uporczywie o nawiązanie kontaktu z odbiorcą konsumentem, obok uczucia zadowolenia wewnętrznego sukces materjalny dopełni kompletne powodzenie wysiłku słusznego i umiejętnego, nacechowanego prawdą i szczerością. Wołanie za głoszeniem prawdy w reklamie ma zatem nietylko etyczne, lecz także praktyczne uzasadnienie, które dokonane tak nabywającemu jak sprzedającemu przynosi pożytek. *Frw.*

Powszechna Wystawa Krajowa w roku 1929.

Inicjatywa zorganizowania Powszechnej Wystawy Krajowej w roku 1929 wyszła ze strony Magistratu miasta Poznania. Skłoniło go do tego z jednej strony bogate doświadczenia, zebrane podczas poznańskich wystaw w roku 1895 i 1911 oraz fakt, że miasto posiada 7-letnią tradycję targową, nabytą przez rok rocznie odbywające się Międzynarodowe Targi w Poznaniu, dysponujące olbrzymiemi gmachami i terenami wystawowymi.

Pierwszym aktem prawnym, dotyczącym wystawy, jest dekret Ministra Przemysłu i Handlu z dnia 5 stycznia 1927 r., zezwalający na urządzenie w Poznaniu w roku 1929 Powszechnej Wystawy Ogólno-Polskiej.

Narazie, aż do ukonstytuowania się za kilka miesięcy, Komitetu Wielkiego, reprezentującego sfery całej Polski i emigracji polskiej zagranicą, naczelną władzą wystawy sprawuje Tymczasowy Komitet Organizacyjny pod przewodnictwem p. Cyryla Ratajskiego, Prezydenta miasta Poznania, powołany przez miejscowy Magistrat i składający się z przedstawicieli lokalnych kół urzędowych, handlowych, przemysłowych, rzemieślniczych, finansowych, rolniczych i naukowych.

Kierownictwo Wystawy spoczywa w rękach p. St. Wachowiaka, byłego podsekretarza stanu i był. wojewody pomorskiego. W dniu 18 lutego r. b. pan Prezydent Rzeczypospolitej objął protektorat nad wy-

stawą a pp. Marszałkowie Sejmu i Senatu weszli w skład Komitetu honorowego, w którym zasiadają pozatem pp. Ministrowie. Dla stałego kontaktu czynników rządowych z Wystawą p. Minister Przemysłu i Handlu, odnoszący się do Wystawy z niezwykłą życzliwością, mianował delegata swego do Wystawy w osobie p. radcy minist. Wcisły, jak również Ministerstwo spraw zagran. wyznaczyło, jako delegata swego resortu p. radcę Wilkoszewskiego. Z podobną życzliwością i uznaniem dla idei Wystawy odniosły się również i czynniki gospodarczo-społeczne.

Organzacje przemysłowe Górnego Śląska przyrzekły Wystawie silne poparcie, zamierzając gremjalnie wystąpić na Wystawie. Również zapowiedziały swój wydatny udział organizacje przemysłu włókienniczego Łodzi i Bielska.

Z naczelnych instytucyj i organizacyj gospodarczych polskich Związek Izb przemysłowo-handlowych oraz Centralny Związek Przemysłu, Górnictwa, Handlu i Finansów uchwaliły wezwać sfery gospodarcze do jak najwyższego zainteresowania się Powszechną Wystawą Krajową i do jak najbardziej okazałego wzięcia w niej udziału.

Tymczasowy Komitet Organizacyjny na posiedzeniu w dn. 14 z. m. postanowił nadać formę prawną Wystawie, jako „Towarzystwa zapisanego". Finansowaniem Wystawy mają się zająć wszystkie czynniki państwowe i narodowe, a więc rząd, miasta, związki komunalne i t. p. W pierwszej linji, miasto Poznań. Ścisły budżet Wystawy będzie obejmować tylko koszta administracji oraz adoptacji terenów. Większe grupy wystawców jak przemysł, rolnictwo, handel oraz ministerstwa w dziedzinie kultury wystawiać będą własnym sumptem.

Tymczasowy Komitet Organizacyjny uchwalił pozatem utworzenie konsorcjum gwarancyjnego, celem zebrania funduszu gwarancyjnego dla pokrycia ewentualnego niedoboru.

Pozatem pracują wydatnie 4 komisje, wyłonione z T. K. O. a obejmujące poszczególne działy prac przygotowawczych dla Wystawy.

W najbliższym czasie zostanie powołany Komitet Wielki, zatwierdzenie składu którego zastrzeżone jest p. Ministrowi Przemysłu i Handlu.

Powszechna Wystawa trwać będzie 4 miesiące — od czerwca do października. Wystawa obejmie 3 zasadnicze działy i to: kulturalny, gospodarczy i towarzysko-rozrywkowy.

Dział kulturalny wysunie się na plan pierwszy. Organizacją tego działu zajmą się przedewszystkiem Ministerstwa oraz samorządy.

Dział gospodarczy wystąpi z niemniejszą okazałością, obejmując całość polskiej produkcji przemysłowej, rolniczej, leśnej i rzemieślniczej, a także handel, spółdzielczość, prasę i t. p.

Przy dziale towarzysko-zabawowym poświęci się międzynarodowe i ogólno-polskie kongresy, zjazdy i konferencje, gospodarcze i parlamentarne misje. Wreszcie turystyczne i krajoznawcze wycieczki po całej Polsce, oraz krajowe i międzynarodowe zawody sportowe.

Ze względu na charakter Wystawy jako krajowej będą dopuszczone tylko eksponaty krajowe. Jedyny wyjątek stanowić będzie emigracja polska, tak zamorska jak i europejska, której reprezentacje winny wziąć udział w Pierwszej Ogólno-Polskiej Wystawie, aby zapoznać kraj z dorobkiem i stanem gospodarczym i, kulturalnym polskich wychodźców. Dlatego też Wystawa w r. 1929 będąc krajową w sensie udziału w niej jedynie krajowych wystawców, z konieczności wybiegać będzie mocą swego rozmiaru i znaczenia poza ramy krajowości, stając się poniekąd nawpół międzynarodową.

Co do terenu, to Wystawa, rozłożona w samem mieście, obejmować będzie wspaniałe gmachy i Tereny Targów Poznańskich, dalej Park Wilsona, połączony niedawno bezpośrednio z terenami Targu, plac Drwęskiego, oraz olbrzymie, będące na ukończeniu gmachy działu chemji i anatomji Uniwersytetu Poznańskiego, które do 1929 r. staną do dyspozycji Wystawy.

Miasto Poznań opierało się, jak już powiedzieliśmy, przy decydowaniu się na urządzenie Wystawy w r. 1929, z jednej strony na tradycji poznańskich wystaw poprzednich, w r. 1895 i 1911, oraz z drugiej strony na fakcie posiadania gotowych gmachów Targów Poznańskich, oraz 7-letniej tradycji miasta Poznania, jako miejsca zainteresowania się zagranicy Polską, z okazji właśnie corocznie odbywających się Międzynarodowych Targów Poznańskich.

Prace przygotowawcze do Wystawy w r. 1929 niczem nie będą utrudniać normalnych czynności Targów, mających z natury rzeczy inne zadania i cele.

Przeciwnie, udana Wystawa w r. 1929 może przyczynić się do dalszego rozwoju, oraz ściślejszego nawiązania kontaktu z Polską i Targiem Poznańskim, który dotychczas znajdował tyle zainteresowania się i uznania.

Polska, pozbawiona w ciągu z górą 100 lat zawiłości politycznej, nie mogła dotychczas poszczycić się wspaniałemi wystawami powszechnemi i to ani międzynarodowemi, ani krajowemi. Na terenie Polski istniały coprawda i w okresie przedwojennym ładne wystawy w rozmaitych zaborach, jak np. Jubileuszowa Wystawa we Lwowie r. 1894, Wystawa Polsko-Niemiecka w Poznaniu w r. 1895, Wystawa w Częstochowie w r. 1909 i niemiecka wschodniopruska wystawa w Poznaniu w r. 1911. Były to jednak wystawy czy to tylko dzielnicowe wskutek stosunków politycznych, czy też o charakterze nie czysto polskim.

Cała Polska ma być zobrazowana poraz pierwszy na Wystawie Powszechnej w Poznaniu w r. 1929, urządzonej z okazji 10-lecia odzyskanej niepodległości Polski i obrazującej jej cały dorobek kulturalny i gospodarczy, i to nietylko z okresu 10-letniego bytu Państwa Polskiego, ale i sięgającej retrospektywnie dalej wstecz, kiedy praca, bogactwo i intelekt Narodu Polskiego były rozczłonkowane.

Wystawa Krajowa ma pokazać światu, że Polska jest potęgą, nad którą nie można przejść do porządku dziennego.

Ma ona unaocznić, że Polska była, jest i... będzie.

Zanik zmysłu organizacyjnego Kupców papierniczych.

Radca handlowy Franciszek Kehle, prezes krajowego stowarzyszenia kupców papierniczych w Austrji, poskarżył się we fachowem czasopiśmie wiedeńskiem w przedmiocie zaniku zmysłu organizacyjnego kupców papierniczych, jak następuje:

„Jako prezes krajowego związku kupców papierniczych w Austrji, niejednokrotnie mam sposobność do obserwacji, jak oddziaływa w skutkach swych długoletnie przesilenie gospodarcze. Niejeden członek stwowarzyszenia, zasiedziały od lat wielu, właściciel niegdyś doskonale prosperującego składu

papierniczego, codziennie stacza uporczywą walkę o zachowanie renomy swego przedsiębiorstwa i dobrej sławy swej firmy. O swoją osobistość już się nie stara, bo stetryczał wskutek trosk codziennych, stał się mało wymagalnym dla swej osoby, również rodzina jego odmawia sobie niejednych wygód, za jednym celem i zadaniem dążą wszyscy: ażeby utrzymać firmę, ażeby sprostać zobowiązaniom, ażeby najskromniej żyjąc, wystać i bytować nadal.

Tak dalej iść nie może, ażeby członkowie jednej warstwy społecznej mieli zupełnie zubożeć, tu potrzeba instytucji centralnej, na której czele stanęliby ludzie osobiście bezinteresowni, któraby, opierając się na współdziałaniu wszystkich, korzystnie dla stanu całego mogła oddziaływać. Od takiej centrali zależy dobrobyt i powodzenie kupców papierniczych. Nie ma dla papierników nic lepszego od samopomocy, a wytworzyć ją można jedynie przez zjednoczenie zawodowe kupców papierniczych. Tak, jak w całym kraju niema robotnika, któryby nie był zorganizowany, tak nie powinno być też żadnego kupca papierniczego, któryby się wzbraniał przystąpić do organizacji fachowej kupców papierniczych. Do takiej organizacji powinni należeć wszyscy kupcy zawodowi z branży papierniczej w całym kraju. Tylko wtenczas, jeżeli tą myślą solidarnie przejmą się wszyscy fachowcy, jeżeli uprzytomnią sobie, że polepszenie doli własnej tylko wtenczas nastąpić może, jeżeli organizacja fachowa wzmocni się ilościowo i jakościowo, jeżeli żaden papiernik samopas nie pójdzie na manowce, myśląc sobie, „bezemnie się obejdzie, inni za mnie to zrobią", tylko wtenczas będzie możliwem usuwać przyczyny i powody, które życie i byt nasz tak utrudniają, tem energiczniej i z tem większem powodzeniem."

Tyle prezes krajowego stowarzyszenia kupców papierniczych w Austrji, zamianowany wskutek zasług swych radcą handlowym. Czyż, pytamy, powodu do podobnych wynurzeń nie miałby również prezes stowarzyszenia kupców papierniczych w Polsce? — pytamy przy tej okazji. Boć i u nas skarg i utyskiwań na niedolę kupców papierniczych słyszy się wiele, aleź jakiemi środkami chce się złu zaradzić? Samo i w pojedynkę nic się nie zrobi...

Iks.

Z przemysłu papierniczego w Austrji.

W Austrji potrzeba doprowadziła do konsolidacji banków finansujących przemysł papierniczy. Jak z Wiednia donoszą, to znany bank „Allgemeine österreichische Bodenkredit-Anstalt" wchłania w siebie banki „Unionbank" i „Allgemeine Verkehrsbank", a temsamem koncerny przemysłowe tych dwóch ostatnich banków połączą się z koncernem finansowym przez „Bodenkredit Anstalt".

Z powodu tej transakcji przeważna część przemysłu papierniczego dostała się pod wpływ decydujący wspomnianego banku „Allgemeine öster. Bodenkredit-Anstalt", mianowicie fabryki papieru „Neusiedler A. G.", „Knina A. G.", „„Lenziger Papierfabrik A. G.", „Brigl & Bergmeister A. G." oraz pomniejsze papiernie.

To złączenie się papierni pod egidą handlową wspomnianego banku przyczyni się do przewrotu w dotychczasowym trybie przemysłu papierniczego w Austrji. Na korzyść, na potanienie produkcji papierniczej wpłynie to, jak donoszą, że rywalizacja pomiędzy niemi, która zresztą nie była wielką, upadnie zupełnie, a do tego wszystkie wspomniane fabryki papieru pracować będą według jednolitego planu, by przez to wpływać korzystnie na rentabilizację ich. W ten sposób, spodziewać się można, wytwórczość papieru wspomnianych papierni austrjackich potanieje, a równocześnie obniżą się koszty handlowe, gdyż odtąd tylko jedna zorganizowana centrala sprzedaży wytwórczość papierni zbywać będzie na rynku papierniczym.

Austrjackie fabryki papieru znajdują się w pełnym biegu. Również fabryki celulozy pracowały na schwał, gdyż klimat łagodny zimy ubiegłej wpływał na fabrykację dodatnio. Popyt na celulozę austrjacką jest ożywiony.

Bolączki przemysłu papierniczego na Węgrzech.

Jak z Budapesztu donoszą, to zrównoważenie budżetu państwowego nie wpłynęło bynajmniej na uzdrowienie gospodarki prywatnej wewnątrz kraju. W przemyśle prywatnym brakuje nadal tempa ożywczego. Zastój panuje nadal, w niejednych przedsiębiorstwach nawet bardzo dotkliwie.

Szczególnie wskutek ogólnego zastoju ucierpiały wydawnictwa gazet, które mają z wielu niedogodnościami do walczenia. Konkurencja wzajemna jest zaostrzona, co wymaga zwiększonego wysiłku finansowego, a dochód nie pokrywa wydatków. Gazety węgierskie albowiem urządzone są według potrzeb dawniejszych Węgier, a kraj po wojnie rozdarty, utrzymać ich na dawniejszej wyżynie nie jest w stanie. Zapotrzebowanie papieru drukarskiego w rolach stale się cofa, co zresztą o zużytkowaniu papieru na Węgrzech wogóle mówić można.

Zaporą dotkliwą w handlu papieru są wysokie stawki podatku obrotowego, który kupiectwo energicznie, lecz bezskutecznie zwalcza. Ciężary podatkowe wobec zastoju są coraz to więcej uciążliwe. Drobnej ulgi spodziewa się przemysł i handel papierniczy po zawartym węgiersko - czechosłowackim układzie handlowym, przewidującym ulgi celne dla niektórych rodzaji papierów i wyrobów papierniczych. Układ handlowy zacznie jednakże dopiero w lipcu obowiązywać. Jak słychać, to stawki celne zniżone zostaną również na tekturę smołową.

Z otuchą patrzą przedstawiciele przemysłu i handlu papierniczego na targi wiosenne w Budapeszcie, które potrwają od 30 kwietnia do 9 maja r. b. Targi zapowiadają liczny udział zwiedzających. Czy atoli dla handlu papierniczego sukces z targu węgierskiego w stolicy kraju będzie poważny, o tem znawcy stosunków węgierskich wyrażają się bardzo pesymistycznie.

Ceny za papiery węgierskie zasadniczo nie zmieniły się, atoli zniżki cen są na porządku dziennym, ażeby cośkolwiek przynajmniej sprzedać i w ten sposób przyjść do gotówki.

Papier „Cellophane".

Papiery „celofanowe" upowszechniają się za granicą coraz bardziej, zwłaszcza, że stanowią dla przemysłu bardzo cenny gatunek przedniego papieru pakunkowego, którego zastosowanie poleca się coraz to więcej. Przyszłość mają zagwarantowaną.

W Polsce papiery te mało, niemal wcale nie są

znane; atoli nastanie czas, że i u nas, jak we Francji i Niemczech naprzykład, zbyt ich będzie wielki. Kto pierwszy do tego się zabierze, oczywiście po fachowemu, po kupiecku, może na nich zarobić, przy pewnem zareklamowaniu oczywiście, sporo pieniędzy. Może i stracić — jeżeli nie potrafi się zakrzątać pomiędzy ludźmi.

Papiery zwane „Cellophane" są przejrzyste jak szkło, mają szklisty połysk, nie przepuszczają wilgoci, wody nawet, również tłuszczy; można ich używać także do hermetycznych opakowań, co nieraz stanowi zaletę cenną, zwłaszcza jeżeli używa się go do opakowań przedmiotów takich, które ulegają szkodliwym wpływom atmosferycznym. Szczególnie nadawają się do opakowań przednich artykułów spożywczych, wyrobów cukierniczych i karmełków, owoców krystalizowanych, czekolady, herbaty wrażliwej, jak wiadomo, na zapachy, od których traci cenny swój aromat. Również do nakrywania słoików aptecznych, oraz szklanych dla konserw, bywa zagranicą coraz więcej papier rzeczony używany.

Najpierw zaczęto papiery te wytwarzać we Francji, w Thaon, a służyły zrazu do wyrobu wstęg filmowych do 2 kilometrów długości, a 0,2 do 1 milimetra grubości. Waga tych filmów wynosiła: metr kwadratowy 15 do 16 gramów.

Produkcja ich została opatentowana i stanowi dotychczas do pewnego stopnia tajemnicę. Wiadomo nam tylko, że produkuje się papiery te z wiskozy, przerabianej sposobem mechanicznym i chemicznym.

Papiery „Cellophane" są zagranicą od dosyć dawna znane, lecz zrazu używanie ich do potrzeb przemysłowych było dosyć ograniczone. W ostatnich latach urządzono w Paryżu fabrykę tych papierów pod nazwą „La Cellophane", w której się papiery wyrabia i przerabia do potrzeb, zachodzących w przemyśle i handlu. Firma niemiecka „Kalle & Co" w Biebrich nad Renem uzyskała licencję na wyrób ich w Niemczech. Niezawodnie też, przypuszczamy, możnaby też uzyskać licencję na wyrób tychże w Polsce.

Notatki

Ś. p. Konstanty Trepte. Dnia 11 kwietnia b. r. zmarł, przeżywszy lat 70, ś. p. Konstanty Trepte, cieszący się zaufaniem i powszechnym szacunkiem księgarz i wydawca. Od lat 35 ś. p. Trepte prowadził w Warszawie własną firmę.

Nowe przedsiębiorstwo. Znany szerszemu ogółowi papierniczo-graficznemu długoletni kierownik firmy „Pol" Fabryka Wyrobów Papierowych w Poznaniu, p. Michał Kuliński, założył pod firmą: Dom Handlowo-Przemysłowy, Michał Kuliński, Poznań, Wrocławska 38, Hurtownię Papieru oraz Hurtownię i Stałą Wystawę Rzeźb i Artykułów Zakopańskich. Niezależnie od tego posiada p. Michał Kuliński własne Wydawnictwo Gier Towarzyskich, z którego pierwsze, p. t. Nowy Flirt Literacko-Salonowy właśnie wyszedł z druku. Nowa ta gra, wykonana na pierwszorzędnym kartonie skoroszytowym, zawierająca 32 karty w 4 kolorach, w eleganckiej, złotem tłoczonej i trwałej pochewce, przedstawia się ze wszechmiar nader powabnie, to też nic dziwnego, że pomimo minionego sezonu, gra ta rozeszła się w krótkim czasie w przeszło 1500 egzemplarzach !

Celem poparcia domowego przemysłu rodzimego i dania możności stałego zarobkowania ludności naszych uroczych gór tatrzańskich, oraz celem zapoznania szerokich warstw społeczeństwa z przepięknemi i z prawdziwym artyzmem i smakiem wykonanemi wyrobami tejże ludności, wydał p. Michał Kuliński, Ilustrowany Cennik Rzeźb Artykułów Zakopiańskich, który wysyła interesowanym gratis i franko, na co zwracamy uwagę naszych Czytelników. P. Michał Kuliński wystawia artykuły te na Targach Poznańskich, Pałac Targowy, parter II-gi rząd.

Możność założenia hurtowni papieru we Lwowie. Związek Gospodarczego Odrodzenia Polski, Stowarzuszenię Kupców Polskich we Lwowie prosi o podanie adresu Wielkopolanina, któryby zechciał przesiedlić się do Lwowa i założyć tamże hurtownię papieru.

Zaznaczamy, że we Lwowie niema ani jednej hurtowni papieru (katolickiej).

Ewentualne zgłoszenia prosimy skierować do Związku Towarzystw Kupieckich w Poznaniu, ul. Pocztowa 31.

Stały Okręgowy Pokaz Wzorów Przemysłowych przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Bydgoszczy. Zwraca się uwagę zainteresowanych sfer gospodarczych na istniejący od roku 1923 przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Bydgoszczy Stały Okręgowy Pokaz Wzorów Przemysłowych. Celem powiększenia zasobu posiadanych eksponatów, przystępuje się obecnie do rozszerzenia miejsca, zajmowanego dotąd przez Pokaz Wzorów. Mając na uwadze korzyści, związane z wzięciem udziału we wspomnianym pokazie, będącym jednym z najskuteczniejszych środków propagandy gospodarczej, zechcą firmy przemysłowe we własnym interesie skorzystać z nadarzającej się dla nich okazji do zailustrowania swej wytwórczości i zasilić omawianą imprezę przez umieszczenie tamże swych eksponatów, przez co pokaz ten mógłby stać się szerszym przeglądem produkcji przemysłowej poważnej części zachodnio-północnych obszarów Polski.

Redaktorowi nie pozostaje nic innego jak dostosować się do warunków techniki drukarskiej, atoli od techniki drukarskiej wymagać koniecznie trzeba, ażeby stale i stale czyniła wszelki, niemal niemożliwy wysiłek, by popierając redakcję skrzętnością i akuratnością, oraz zabiegliwością techniczną w harmonijny współpracy jednej i drugiej strony wykonaną została aktualna, obfita w treść, nowoczesna gazeta.

Mandaty członków Izb Przemysłowo - Handlowych. Na zasadzie rozporządzenia Prezydenta Rzeczypospolitej z dnia 1 lutego 1927 r. o uprawnieniu Ministra Przemysłu i Handlu do przedłużania okresu trwania mandatów członków Izb Przemysłowo-Handlowych w b. dzielnicy pruskiej, przedłużył Minister Przemysłu i Handlu dekretem z dnia 4 kwietnia r. b. okres piastowania mandatów przez obecnych członków Izby Przemysłowo-Handlowej w Bydgoszczy, powołanych na to stanowisko zarówno w drodze wyborów, jak i w drodze nominacji, do dnia 31 grudnia 1927 r.

W sprawie opóźnień wypłaty zaliczeń kolejowych. Izba Przemysłowo-Handlowa w Toruniu, idąc po linji słusznych interesów zainteresowanych sfer gospodarczych jej okręgu, wystąpiła do Ministerstwa Komunikacji z odpowiednio uzasadnionym memorja-

łem w sprawie usunięcia niedomagań, zachodzących przy wpłacaniu poszczególnym nadawcom przesyłek kolejowych za zaliczeniem odnośnych należności w tym kierunku, aby wspomniane wypłaty były w przyszłości rychlej uskuteczniane. W związku z tem Ministerstwo Komunikacji wyjaśnia, że ewtl. opóźnienia w wypłacie zaliczenia mogą mieć miejsce tylko w wyjątkowych wypadkach, wywołanych przeoczeniem lub też zagubieniem w drodze przekazu. Wymienionym wyżej wypadkom nie można zapobiec w żadnej manipulacji, a poszczególne wypadki zwłoki winny być podawane w drodze reklamacji do wiadomości Dyrekcji Kolei Państwowych, które nie omieszkają wydać wskazanych w danych wypadkach zarządzeń. W regule, stacja przeznaczenia zawiadamia pisemnie stację nadania o wykupieniu przesyłki przez odbiorcę i wpłaceniu zaliczenia tego samego dnia, najpóźniej zaś dnia następnego; stacja zaś nadania po otrzymaniu zawiadomienia — wzywa nadawcę celem wypłacenia mu zaliczenia. Wypłata następuje zatem z możliwym pospiechem. O ile dla poszczególnych nadawców przesyłek tą drogą jest niedogodna ze względu na konieczność osobistego odbierania zaliczenia, mogą — na żądanie — otrzymywać zaliczenia za pośrednictwem poczty lub Pocztowej Kasy Oszczędności. Zainteresowane sfery gospodarcze zechcą zatem we własnym interesie zastosować się do wyżej podanych wskazówek.

Wynik wiosennych Targów Praskich. Targi Praskie, które odbyły się od 20—27 marca r. b., dały bardzo zadowalające wyniki. Zastąpionych było 2 360 firm, z tego 2 551 firm krajowych i 209 zagranicznych na obszarze 30 644 m².

Bardzo dobre obroty robiono w branży papierniczej i graficznej, specjalnie w artykułach kancelaryjnych.

Prawo autorskie. Dnia 16 lutego b. r. zawartą została z Stanami Zjednoczonemi A. P. umowa wzajemna w sprawie praw autorskich, tak że prawo autorskie polskie z dnia 29 marca 1926 r. chroni również produkcję Stanów Zjednoczonych A. P., zaś produkcja literacka polska korzysta z copyright law Stanów Zjednoczonych.

Gdzie wychodzi najwięcej książek? Stwierdzono, że w r. 1924 i 1925 pierwsze miejsce w wydawnictwach zajęły Niemcy, których całokształt wydawnictw, włączając w to i perjodyczne czasopisma, dosięgnął w roku 1924 cyfry 28 143, a w roku 1925 cyfry 37 722. Na drugim miejscu dopiero stanęła Francja, której wydawnictwa wyniosły w r. 1924 — 18 464, w następnym 15 054; na trzeciem Anglja, która w r. 1924 wydała 12 706 utworów, a w r. 1925 — 13 200 dzieł; na czwartem miejscu Ameryka, której produkcja wydawnicza wyniosła w r. 1924 — 9 012 dzieł, w r. 1925 — 9 574 utworów. We Włoszech produkcja książek uległa zmniejszeniu, albowiem w r. 1924 wydano 6 321, w r. 1925 tylko 5 804. W Polsce w tych latach wydano: w r. 1924 — 4 144, w r. 1925 — 5 060 książek.

Papier i drzewo ze słomy. Pewien berlińczyk, nazwiskiem Karol Leist, opracował szereg wynalazków, polegających na wyzyskaniu słomy dla celów technicznych. Już dawno przerabia się słomę na papier i tekturę, ale dopiero Leist odmienną zupełnie metodą doprowadził do znacznie dokładniejszego przerabiania słomy na masę papierową. Dzięki zastosowaniu jego metody będzie można ze słomy wytwarzać papier gazetowy, i znika w ten sposób obawa, pewnego amerykańskiego statystyka, że w niedługim czasie gazety, wychodzące w Ameryce zjedzą lasy całego kontynentu. Odtąd maszyny drukarskie będą zjadały słomę, gdyż próby poczynione w papierniach dały wyniki dodatnie. Nadto, ze względu na niższą cenę słomy, niż drzewa, papier powinien być dużo tańszy, niż obecnie.

Nowym zupełnie wynalazkiem Leista jest sposób wyrabiania drzewa sztucznego ze słomy. Można mu nadawać rozmaitą twardość, a nawet uczynić ogniotrwałem i odpornem na działanie wody, co się nie udawało z drzewem naturalnem. Te możności doskonale dadzą się wyzyskać przy budowie domów i kryciu dachów.

Ostatnią zdobyczą naukową Leista z doświadczeń nad słomą jest wytwarzanie materjałów wybuchowych i sztucznego jedwabiu, dotychczas jednak tylko w pracowni chemicznej, gdyż w fabryce tych sposobów jeszcze nie wypróbowano.

Proces o „Black Bottom". Zaledwie najnowszy taniec murzyńsko-jazzbandowy zawitał na posadzki dancingów europejskich, a już wynikł proces o prawo własności, co do nazwy tego tańca.

Paryski wydawca nut, Salabert, zażądał od Syndykatu wydawców paryskich, aby zabronił używania wyrazu „Black Bottom" innym wydawcom, uzasadniając oryginalne to żądanie tem, że on to, Salabert, pierwszy w Europie ogłosił drukiem utwór muzyczny pod nazwą powyższą, jemu więc wyłącznie przysługuje prawo wydawania nut, zatytułowanych „Black Bottom".

Sąd Syndykatu paryskiego pretensje p. Salaberta odrzucił, dowodząc, że „Black Bottom" jest taką samą nazwą, jak walc, polka, tango lub shimmy i stanowi własność ogółu.

Informacje o firmach rumuńskich. Konsulat R. P. w Galacu pragnąc umożliwić polskim eksporterom otrzymywanie wiadomości o firmach rumuńskich, przystąpił do gromadzenia informacji o zdolności kredytowej tamtejszych przedsiębiorstw. Archiwum informacyjne konsulatu stoi do dyspozycji polskich eksporterów bezpłatnie, zapytania należy kierować przez Izby Handlowe, wzgl. Urząd Targu Poznańskiego, Biuro Targów Wschodnich oraz Stowarzyszenie Kupców Polskich w Warszawie, które to instytucje otrzymywać będą odpowiedzi konsulatu do dalszego załatwienia.

Angielska produkcja wydawnicza. Produkcja angielska wydawnicza w r. 1926 wyniosła około 13.000 książek. Wydawców liczono 90, a księgarń sortymentowych około 1000.

Liczba polskich wydawców wynosi około 70, a księgarni sortymentowych zarejestrowanych około 1200.

Nasze wkładki

Drukarnia i Księgarnia św. Wojciecha w Poznaniu dołącza piękną reprodukcję rotograwurą swej centrali przy placu Wolności.

Zakład litograficzny i fabryka kartonaży F. K. Ziółkowski w Poznaniu, ładnie i żywo wykonaną reklamę swych wyrobów.

Zakład litograficzny K. Rozynek w Poznaniu, wybornie wykonany wzór opakowania na mydło toaletowe.

Ogłoszenia: 1/1 strona 80 zł, 1/2 str. 40 zł, 1/4 str. 20 zł, 1/8 str. 10 zł, 1/16 str. 5 zł, 1/32 str. 2.50 zł. Na str. I. okładki 100 %, na stronie II, III i IV okł. 50 % więcej. Dla poszukujących posad 50 % opustu. Numery okazowe i dowodowe opłaca się Ogłoszenia przyjmuje się do środy rana godz. 9

Przedpłata kwartalna 6.00 zł, miesięczna 2.00 zł, z dostawą w dom. Numer pojedyńczy 50 gr.

Konto czekowe P. K. O. Nr. 202 868
Nakładem „Hurtowni Drukarskiej“. Sp. z o. o w Poznaniu, Stary Rynek Nr. 4. Telefon 25-55.
Redaktor: Teodor Kryg. w Poznaniu.
Rękopisów niezamówionych nie zwracamy.